

Подписано электронной подписью:
Вержицкий Данил Григорьевич
Должность: Директор КГПИ ФГБОУ ВО «КемГУ»
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное высшее образование «техническое» высшего образования
«КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кузбасский гуманитарно-педагогический институт
Факультет информатики, математики и экономики

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета информатики,
математики и экономики

_____ А.В. Фомина
«08» февраля 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

К.М.03.02. Системы взаимодействия с клиентами и партнерами

Направление

38.04.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль) подготовки

«Руководитель IT проектов»

Программа магистратуры

Квалификация выпускника

магистр

Форма обучения

Очная, заочная

год набора 2024

Оглавление

1	Цель дисциплины.....	3
2	Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации.....	3
3.	Учебно-тематический план и содержание дисциплины.	4
3.1	Учебно-тематический план.....	4
4	Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации.....	4
5	Материально-техническое, программное и учебно-методическое обеспечение дисциплины. ...	5
5.1	Учебная литература	5
5.2	Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины.	5
5.3	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.	6
6	Иные сведения и (или) материалы.	6
6.1.	Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации	6

1 Цель дисциплины.

В результате освоения данной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции основной профессиональной образовательной программы магистратуры (далее - ОПОП): ОПК-4.

Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, знания, умения, навыки

Таблица 1 – Индикаторы достижения компетенций, формируемые дисциплиной

Код и название компетенции	Индикаторы достижения компетенции по ОПОП	Знания, умения, навыки (ЗУВ), формируемые дисциплиной
ОПК-4. Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	ОПК-4.2. Использует для взаимодействия с клиентами и партнерами информационно-коммуникационные технологии, соответствующие профессиональным задачам.	Знать: - функции и задачи CRM- систем на предприятии; - принципы организации CRM-систем. Уметь: - настраивать CRM-системы. Владеть: - навыками организация работы отдела продаж в CRM-системе.

Место дисциплины

Дисциплина включена в модуль «Управленческие технологии» ОПОП ВО, обязательная часть. Дисциплина осваивается на 1 курсе во 2 семестре.

2 Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины по видам учебных занятий

Общая трудоемкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах	Объём часов по формам обучения		
	ОФО	ОЗФО	ЗФО
1 Общая трудоемкость дисциплины	72		72
2 Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	20		10
Аудиторная работа (всего):	20		10
в том числе:			
лекции			
практические занятия, семинары			
практикумы			
лабораторные работы	20		10
в интерактивной форме			
в электронной форме			
Внеаудиторная работа (всего):			
в том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем			
подготовка курсовой работы /контактная работа ¹			
групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем			
творческая работа (эссе)			
3 Самостоятельная работа обучающихся (всего)	52		58

¹ Часы, выделенные в УП на курсовое проектирование в контактной форме (3 часа)

3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины.

3.1 Учебно-тематический план

Таблица 3.1 - Учебно-тематический план

№ п/п	Разделы и темы дисциплины по занятиям	Общая трудоёмкость (всего час.)	Трудоёмкость занятий (час.)						Формы текущего контроля и промежуточной аттестации успеваемости
			ОФО			ЗФО			
			Аудиторн. занятия		СРС	Аудиторн. занятия		СРС	
лекц.	лаб.	лекц.	лаб.						
1	<i>CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятий</i> Функции и задачи CRM- систем на предприятии. Принципы организации CRM- системы.	24/24	0	4	20	0	2	22	Устный опрос, решение учебных задач
2	<i>Организация оперативной работы с CRM-системой</i> Настройка CRM- системы. Моделирование индивидуального кейса. Организация работы отдела продаж в CRM - системе. Анализ эффективности мероприятий.	24/24	0	8	16	0	4	20	Устный опрос, решение учебных задач
3	<i>Анализ информации, полученной с помощью CRM- системы</i> Формы и методы отображения информации в аналитике данных о клиентах. Использование MS Excel в аналитике данных о клиентах.	24/20	0	8	16	0	4	16	Устный опрос, решение учебных задач
Промежуточная аттестация		0/4							Зачет
Всего:		72		20	52		10	58	

4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации.

Для положительной оценки по результатам освоения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить все установленные виды учебной работы. Оценка результатов работы обучающегося в баллах (по видам) приведена в таблице 4.

Таблица 4.1 - Балльно-рейтинговая оценка результатов учебной работы обучающихся по видам (БРС)

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы (18 недель)
Текущая учебная работа в семестре (посещение занятий по расписанию и выполнение заданий)	80 (100% /баллов приведенной шкалы)	Лабораторные занятия (10 занятий)	6 баллов – посещение 1 занятия и выполнение задания на 51-85% 8 баллов – посещение 1 занятия и выполнение задания на 85.1-100%	0 - 80
Итого по текущей работе в семестре				0-80
Промежуточная аттестация				

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы (18 недель)
Промежуточная аттестация (зачет)	20 (100% /баллов приведенной шкалы)	Решение задачи 1.	10 баллов (пороговое значение) 20 баллов (максимальное значение)	10 - 20
Итого по промежуточной аттестации (зачет)				10-20
Суммарная оценка по дисциплине: Сумма баллов текущей и промежуточной аттестации 51 – 100 баллов.				

Обучающемуся по ЗФО задание на самостоятельную работу и контрольную работу выдается на установочной сессии.

5 Материально-техническое, программное и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

5.1 Учебная литература

Основная учебная литература

1. Информационные системы в экономике : учебник для вузов / В. Н. Волкова, В. Н. Юрьев, С. В. Широкова, А. В. Логинова ; под редакцией В. Н. Волковой, В. Н. Юрьева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 402 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-1358-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511652> (дата обращения: 06.02.2024).

Дополнительная литература

2. Карусевич, Т. Е. Организация электронного документооборота в системах управления ресурсами и взаимоотношениями предприятия : учебное пособие / Т. Е. Карусевич, К. А. Потапова. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 129 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/226550> (дата обращения: 06.02.2024).

3. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 2-е изд. — Москва : ИНТУИТ, 2016. — 420 с. — ISBN 978-5-94774-643-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/100766> (дата обращения: 06.02.2024).

5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины.

Учебные занятия по дисциплине проводятся в учебных аудиториях КГПИ КемГУ:

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
501 Компьютерный класс / Лаборатория программирования баз данных Учебная аудитория (мультимедийная) для проведения: - занятий лекционного типа; - занятий семинарского (практического) типа; - учебных и производственных практик; - групповых и индивидуальных консультаций;	Специализированная (учебная) мебель: доска меловая, кафедра, столы компьютерные, стулья. Оборудование для презентации учебного материала: стационарное - компьютер преподавателя, экран, проектор. Лабораторное оборудование: стационарное - компьютеры для обучающихся (17 шт.). Используемое программное обеспечение: MSWindows, Li-	654079, Кемеровская область, г. Новокузнецк, пр-кт Metallургов, д. 19

- текущего контроля и промежуточной аттестации.	breOffice (свободно распространяемое ПО), FoxitReader (свободно распространяемое ПО), Firefox 14 (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО), Business Intelligence Client (авторская разработка Шехтмана В.Е.). Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.	
---	---	--

5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

1. CITForum.ru - on-line библиотека свободно доступных материалов по информационным технологиям на русском языке - <http://citforum.ru>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты - www.elibrary.ru
3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам - <http://window.edu.ru>

6 Иные сведения и (или) материалы.

6.1. Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации

Таблица 6.1 - Типовые (примерные) контрольные вопросы и задания

Разделы и темы	Примерные теоретические вопросы	Примерные практические задания / задачи
CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятия	Не предусмотрено	Типовое практическое задание
Организация оперативной работы с CRM-системой	Не предусмотрено	Типовое практическое задание
Анализ информации, полученной с помощью CRM- системы	Не предусмотрено	Типовое практическое задание

Типовые практические задания

На основе имеющихся данных решите следующие задачи:

1. Определите, каковы объемы продаж конкретному клиенту (на ваш выбор) в анализируемом периоде.
2. Оцените эффективность различных средств продвижения, используемых фирмой.
3. Выявите наиболее привлекательных для фирмы клиентов с точки зрения объемов продаж.
4. Сравните объемы продаж.
5. Выясните, какие клиенты должны получить скидку и ее размер.

Составитель: Маркидонов А.В., д.ф.-м.н., доцент, заведующий кафедрой информатики и вычислительной техники им. В.К. Буторина