

**Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Алтайский филиал  
Кафедра экономики и финансов

**УТВЕРЖДЕНА**  
решением заседания кафедры  
экономики и финансов  
Протокол № 11  
от «12» марта 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.05.03 Управление взаимоотношениями с клиентами (MSD CRM)**

по направлению подготовки: 38.03.01 Экономика

профиль: Финансы и кредит

квалификация: бакалавр

форма обучения: очная/заочная

Год набора – 2020

Барнаул, 2020 г.

**Авторы–составители:**

старший преподаватель кафедры «Финансы, денежное обращение и кредит»  
Карпов В.А.

к.ф.-м.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, экономический анализ и аудит»  
Оборнев И.Е.

**Заведующий кафедрой**

Экономики и финансов, к.э.н., доцент Торгашова Наталья Александровна

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	22
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	23
6.1. Основная литература.....	23
6.2. Дополнительная литература.....	23
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	24
6.4. Нормативные правовые документы.....	24
6.5. Интернет-ресурсы.....	24
6.6. Иные источники.....	24
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	24

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.05.03 «Управление взаимоотношениями с клиентами (MSD CRM)» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

## Очная форма обучения

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс ОС II – 6	Способность применять информационные технологии для решения прикладных финансово-экономических задач	ПКс ОС II – 6.3	Способность применять при решении профессиональных задач основные методы, способы и средства получения, хранения и предобработки информации, управлять взаимоотношениями с клиентами (MSD CRM) в предпринимательской деятельности. в том числе с использованием современных информационных технологий и программного обеспечения.

## Заочная форма обучения

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс ОС II – 6	Способность применять информационные технологии для решения прикладных финансово-экономических задач	ПКс ОС II – 6.3	Способность решать профессиональные задачи в области экономики и финансов с применением современных информационных цифровых технологий

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
<b>ОТФ</b> В. Разработка отдельных функциональных направлений управления рисками <b>ТФ</b> В/02.6 Документирование процесса управления рисками и корректировка реестров	ПКс ОС II – 6.3 (очная / заочная)	<b>на уровне знаний:</b> теоретическая основа управления взаимоотношениями с клиентами; тенденции развития современных технических средств и информационных технологий;
		<b>на уровне умений:</b> работать с программными комплексами по управлению клиентскими взаимоотношениями; использовать для решения аналитических и управленческих задач информационные технологии

рисков в рамках отдельных бизнес-процессов и		<b>на уровне навыков:</b> развитие и поддержание долгосрочных отношений с клиентами; формирования запросов к источникам данных.
--	--	--

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.03 «Управление взаимоотношениями с клиентами (MSD CRM)» составляет 4 зачетные единицы, т.е. 144 академических часа.

На контактную работу с преподавателем выделено 64 часа, из них 32 часа лекций и 32 часа практических занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделено 76 часов для очной ф/о.

На контактную работу с преподавателем выделено 24 часа, из них 8 часов лекций и 16 часов практических занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделено 116 часов для заочной ф/о.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплины Б1.В.10 «Финансовые рынки и институты»; Б1.В.11 «Корпоративные финансы» на 4 курсе в 7 семестре для студентов очной формы обучения; на 5 курсе, в 9 семестре для студентов заочной формы обучения.

Изучение дисциплины заканчивается зачетом с оценкой.

## 3. Содержание и структура дисциплины

### *Очная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	CRM в предпринимательской деятельности	32	6		6		12	О
Тема 2	Введение в информационную систему CRM	28	6		6		16	К
Тема 3	Управление продажами	28	8		8		16	Ке
Тема 4	Управление маркетингом	28	8		8		16	О
Тема 5	Управление обслуживанием	24	4		4		16	О
Промежуточная аттестация		4						ЗаО
Всего:		144	32		32		76	

### *Заочная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости** , промежуточно й аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	CRM в предпринимательской деятельности	18	2		-		16	О
Тема 2	Введение в информационную систему CRM	28	2		2		24	К
Тема 3	Управление продажами	38	2		6		30	Ке
Тема 4	Управление маркетингом	30	2		4		24	О
Тема 5	Управление обслуживанием	26	-		4		22	О
Промежуточная аттестация		4						За
Всего:		144	8		16		116	

\*\* – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: контрольные работы (К), опрос (О), кейс (Ке).

\*\*\* - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: зачет (За), экзамен (Эк).

### Содержание дисциплины

#### Тема 1. CRM в предпринимательской деятельности

Определение CRM. Основные компоненты и инструменты CRM. Что дает предпринимателю CRM. Аспекты CRM. Основные действия при Продажах, Маркетинге, Обслуживании. 7 стратегий CRM. Информационные системы поддержки CRM

#### Тема 2. Введение в информационную систему CRM

Организация данных. Основные разделы: Продажи, Маркетинг, Сервис. Типы данных. Типы записей. Ленты процессов. Пользователи системы и их роли. Информация о действиях. Аналитические панели.

#### Тема 3. Управление продажами

Основные потребительские сценарии продаж. Записи и данные в процессах продаж. Интерес, Возможная сделка, Коммерческое предложение, Заказ, Счет. Записи о контактах, конкурентах и товарах (каталог продукции). Прайс – листы и схемы ценообразования. Литература по продажам. Управление записями о продажах в соответствии с лентой процесса продаж и назначенными ролями пользователей. Использование финансовой информации, содержащейся в записях о продажах CRM. Построение аналитических панелей для разработки эффективной стратегии по улучшению экономической деятельности предприятия.

#### Тема 4. Управление маркетингом

Цикл маркетинга с обратной связью. Создание и использование маркетинговых списков. Использование модулей «Быстрые кампании» и «Маркетинговые кампании» в CRM. Шаблоны кампаний. Роль регистрации действий и маркетинговых списков в кампании. Использование Литературы по продажам в кампаниях. Захват и управление откликами

на кампанию. Связь с Интересами в модуле продаж. Использование финансовой информации, содержащейся в записях о кампаниях CRM.

## **Тема 5. Управление обслуживанием**

Основные потребительские сценарии обслуживания. Сущности и типы записей при обслуживании: клиенты, случаи (кейсы), действия, действия по разрешению кейса, статьи базы знаний, договоры на обслуживание, очереди. Классификация кейсов. Связь с каталогом товаров/услуг. Возможности определения метрик качества разрешения кейсов. Использование финансовой информации, содержащейся в записях о кейсах и договорах обслуживания CRM. Возможности модуля расписания обслуживания.

### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

#### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

##### **4.1.1. Формы текущего контроля успеваемости**

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
CRM в предпринимательской деятельности	ТЕСТ
Введение в информационную систему CRM	ТЕСТ
Управление продажами	КЕЙС
Управление маркетингом	ОПРОС
Управление обслуживанием	ОПРОС

##### **4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости**

###### **Список вопросов для подготовки к опросу по теме 1:**

1. CRM-системы в мире. Тенденции развития.
2. Анализ состояния CRM-систем в России.
3. Приоритеты пользователя CRM. Задачи.
4. CRM: проблемы и перспективы.
5. Облачная CRM: плюсы и минусы.
6. Desktopная CRM плюсы и минусы.
7. Как понять, что компании нужно от CRM?
8. Можно ли обойтись без CRM? Когда не стоит внедрять CRM?
9. Насколько значим мобильный доступ для пользователя CRM?
10. CRM, как стратегия и CRM, как инструмент, который поддерживает эту стратегию.
11. Различные типы моделей клиента.
12. Опишите роль основных типов записей, используемых в Microsoft Dynamics CRM.

###### **Пример вопросов теста для темы 2:**

1. Что такое Возможная сделка?
  - ☐ Обещание клиента совершить покупку
  - ☐ Потенциальная продажа
  - ☐ То же самое, что Интерес
  - ☐ Запись, создаваемая при подготовке предложения с расценками
2. Какой тип записи в Microsoft Dynamics CRM соответствует потенциальному клиенту?
  - ☐ Организация
  - ☐ Контакт
  - ☐ Клиент
  - ☐ Интерес
  - ☐ Возможная сделка
3. В какие из перечисленных ниже типов записей нельзя преобразовать в Интерес?
  - ☐ Организация
  - ☐ Конкурент
  - ☐ Контакт
  - ☐ Возможная сделка
4. Какие из следующих записей в Microsoft Dynamics CRM применяются для информирования потенциальных клиентов о продуктах и ценах?
  - ☐ Интерес
  - ☐ Заказ
  - ☐ Продукты
  - ☐ Литература
  - ☐ Предложение с расценками
5. Как называется набор цен на продукт, которые могут изменяться при определенных условиях?
  - ☐ Список скидок
  - ☐ Прайс-лист
  - ☐ Продукты
  - ☐ Предложение с расценками
  - ☐ Единицы измерения
6. Является ли применение записей Интересов обязательным в процессах продаж?
  - ☐ Да
  - ☐ Нет



7. Является ли следующее утверждение истинным или ложным? Документ литературы можно вложить в сообщение электронной почты.

☐ Да

☐ Нет

8. Какие из следующих типов записей можно преобразовать в Контакт?

☐ Организация

☐ Конкурент

☐ Интерес

☐ Возможная сделка

9. Какие из следующих типов записей в Microsoft Dynamics CRM представляют потенциальную продажу?

☐ Конкурент

☐ Интерес

☐ Возможная сделка

☐ Литература

10. Запись какого типа необходима для создания возможной сделки?

☐ Конкурент

☐ Клиент

☐ Интерес

☐ Маркетинговый список

11. Что такое возможная сделка?

☐ То же самое, что интерес.

☐ Запись, создаваемая после подготовки предложения с расценками.

☐ Потенциальная продажа.

☐ Обещание клиента совершить покупку.

12. Организация, ассоциированная с закрытой возможной сделкой, сообщила об изменении своего решения и проявила заинтересованность в заключении контракта с вашей компанией. Как следует отразить такую потенциальную продажу в Microsoft Dynamics CRM?

☐ Назначить закрытую возможную сделку специалисту по продажам.

☐ Создать новую возможную сделку.

☐ Удалить возможную сделку.

☐ Повторно открыть закрытую возможную сделку.

13. Является ли следующее утверждение истинным или ложным? Записи возможных сделок, имеющие статус «Сделка заключена» и «Сделка не реализована», доступны только для чтения.

☐ Да

☐ Нет

### **Примеры кейсов для разбора по теме 3:**

#### **Кейс «Бизнес-процессы»**

Сергей Иванович руководит компанией по пошиву и оптовой продаже одежды в Санкт-Петербурге. Два года назад Сергей Иванович решил, что бизнес требует развития, но сначала необходимо навести порядок с внутренними процессами компании.

Вкратце ситуация была следующая: заказы от клиентов терялись, заказы на производство выполнялись неточно, жалобы клиентов не всегда обрабатывались и т. д. Сергей Иванович обратился в консалтинговую компанию для исправления ситуации. Бизнес-консультанты, проанализировав внутренние процессы работы компании, указали «тонкие» места и предложили модернизацию бизнес-процессов «заказ», «производство», «выставка», «разбор жалобы». Работа была выполнена в срок, и отчет с новыми бизнес-процессами компании лег на стол Сергею Ивановичу. Казалось, что самое трудное позади и теперь дела пойдут в гору!

С новыми бизнес-процессами немедленно ознакомили всех сотрудников. Были сделаны большие и яркие цветные распечатки, которые развесили в отделах около рабочих мест сотрудников. Но ожидаемого результата не последовало: заказы по-прежнему терялись, жалобы обрабатывались через раз и т. д.

Сергей Иванович долго думал, как исправить ситуацию, и решил: «Необходимо «бумажные» бизнес-процессы поместить непосредственно в систему автоматизации, сделать их «живыми», интегрировать в рабочую среду компании. Пусть каждый сотрудник видит бизнес-процесс у себя на экране монитора и работает с ним».

Предлагается ответить на вопрос: «Зачем бизнес-процесс нужен внутри системы автоматизации?».

Поставьте плюсы (+) напротив тех пунктов, которые вы считаете актуальными для вашей компании, и минусы (–) – напротив тех, которые к вашей компании не относятся:

- Чтобы задать правильную последовательность действий для достижения требуемого результата. Например, можно условно в качестве бизнес-процесса рассмотреть утро буднего дня: проснулся, принял душ, почистил зубы, позавтракал, оделся, поехал на

работу. Важна правильная последовательность действий. А если переставить местами? Что получится?

- Чтобы для каждого этапа работы (бизнес-процесса) был ответственный сотрудник. Тот, с кого можно спросить результат. Помните о советских колхозах? Если ответственные все, то спросить не с кого.
- Чтобы компания работала в едином ритме и стандарте. Например, можно проанализировать ход выполнения текущих бизнес-процессов и выявить стадии (задачи), на которых теряется время.
- Чтобы копировать опыт лучших сотрудников, создавая на базе этого четкие инструкции и регламенты для сотрудников. Например, у менеджера Петрова самые высокие продажи в отделе; мы анализируем его работу с новым клиентом и составляем последовательность действий и регламентов при работе с новым клиентом для сотрудников всего отдела продаж.
- Чтобы контролировать процесс выполнения выданных сотрудникам поручений. Например, руководитель, перегруженный работой, выдает поручение сотрудникам с помощью CRM-системы. Позже, в свободную минуту, он формирует отчет по выданным поручениям для того, чтобы проверить результаты работы.
- Чтобы контролировать состояние бизнеса: сколько всего открытых процессов, на каком этапе находятся, когда закончатся. Это позволяет повысить управляемость бизнеса. Например, в бизнес-процессе «Разбор жалобы» 80 % жалоб находятся на этапе «Разбор жалобы». Это сигнал, что отдел не справляется с задачей и необходимы корректирующие действия.
- Напишите свою причину.

### **Кейс «Обмен информацией»**

Ирина – молодой руководитель отдела продаж компании, продающей системы кондиционирования в Екатеринбурге. Ей и сотрудникам ее отдела приходится регулярно контактировать с отделом закупок, отделом доставки, бухгалтерией и отделом сервиса компании. В последнее время участились случаи непонимания, потери и искажения передаваемой информации между сотрудниками отдела продаж и другими отделами компании. Вот, например, на прошлой неделе передали на тестирование два кондиционера в отдел сервиса. Устно договорились с сотрудником отдела о том, что в течение недели оборудование будет протестировано. Через неделю оказывается, что такого пообещать никто не мог и стандартный срок тестирования – две недели. Это

порождает серьезное недовольство сотрудников с обеих сторон и напрямую отражается на клиентах.

Ирина в растерянности: «Из-за несогласованности в словах появляется несогласованность в делах, срываются сроки поставок и установки систем. Растет общее недовольство сотрудников и клиентов. Заявка или вопрос, переданные сотрудником отдела продаж в другое подразделение, часто не обрабатываются в указанные сроки или просто теряются. Также сотруднику сложно отследить факт приема переданного сообщения коллегами и сроки начала и окончания его обработки. Эту ситуацию можно сравнить с опусканием конверта в черный ящик и ожиданием, что произойдет... Будет ответ или нет? Когда? И от кого?».

Может быть, не в точности такие, но очень похожие ситуации встречаются почти в каждой компании. Поэтому предлагаем читателю вспомнить проблемы, которые вызывает в компании отсутствие технологии передачи информации между сотрудниками, и вместе составить список ответов на вопрос: «Зачем нужны механизмы передачи информации между сотрудниками?». Поставьте плюсы (+) напротив тех пунктов, которые вы считаете актуальными для вашей компании, и минусы (–) – напротив тех, которые к вашей компании не относятся:

- Чтобы не потерять информацию при передаче ее другому сотруднику. Например, устно переданная информация может быть забыта, а цветная бумажка, приклеенная на монитор, может отклеиться и потеряться. Чтобы этого не случилось, информацию лучше передавать в письменном виде через систему автоматизации.
- Чтобы знать, кому была передана информация и что с ней произошло. Например, если сотрудник передает заявку в другое подразделение, он может через какое-то время проверить статус этой заявки и узнать, какие действия по ней были предприняты адресатом.
- Чтобы автоматически передавать задачи по сделке (бизнес-процессу) ответственным сотрудникам. Например, если один сотрудник выполнил свою задачу в рамках сделки, то система автоматически создает следующую задачу другому сотруднику, не теряя времени на передачу информации.
- Чтобы выдать «Поручение» сотруднику и проконтролировать его исполнение. Например, если руководителю необходимо поручить какое-либо задание конкретному сотруднику и назначить контролера за ходом его выполнения, то это можно сделать с помощью бизнес-процесса.

- Напишите свою причину.

**Список вопросов для подготовки к опросу по теме 4:**

1. Функции CRM-систем: управление маркетингом, продажами, клиентской базой, сервисом.
2. Управление маркетингом как функцией CRM-систем.
3. Управление продажами как функцией CRM-систем.
4. Управление клиентской базой как функцией CRM-систем.
5. Управление сервисом как функцией CRM-систем.
6. Что нужно сделать чтобы создать новое обращение.
7. Когда и как используются разделы Конкуренты и Литература.

**Список вопросов для подготовки к опросу по теме 5:**

1. Процесс «Создание и работа с новыми и существующими клиентами».
2. Опишите взаимосвязь между записью клиента и записью продаж.
3. Опишите различные статусы Возможных сделок.
4. Определите особенности и преимущества Каталога продукции.
5. Процесс «Создание и поддержка группы объектов для каталога продукции».
6. Создание прайс-листов и настройка их для различных клиентов, маркетинговых кампаний и специальных предложений.
7. Применение информационных систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) для поддержки маркетинговой деятельности предприятия.

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ**

- 1.1. При устном опросе выставляется оценка:
  - 5 (отлично) - за полный ответ на поставленный вопрос с включением в содержание ответа рассказа (лекции) преподавателя, материалов учебников, дополнительной литературы без наводящих вопросов;
  - 4 (хорошо) - за полный ответ на поставленный вопрос в объеме рассказа (лекции) преподавателя с включением в содержание ответа материалов учебников с четкими положительными ответами на наводящие вопросы преподавателя;
  - 3 (удовлетворительно) - за ответ, в котором озвучено более половины требуемого материала, с положительным ответом на большую часть наводящих вопросов;
  - 2 (неудовлетворительно) - за ответ, в котором озвучено менее половины требуемого материала или не озвучено главное в содержании вопроса с отрицательными ответами на наводящие вопросы или студент отказался от ответа без предварительного объяснения уважительных причин.
- 1.2. Программированный контроль знаний (тест) проводится по заранее разработанным и утвержденным цикловой методической комиссией заданиям и критериям оценки.

- 1.3. Количество тестовых заданий зависит от объема материала. Время, отводимое для выполнения тестовых заданий, не должно превышать одного академического часа. Тест оценивается по следующим критериям:
- 5 (отлично) ставится за 90-100 % правильных ответов.
  - 4 (хорошо) ставится за 80-89,9 % правильных ответов
  - 3 (удовлетворительно) ставится за 70-79,9 % правильных ответов.
  - 2 (неудовлетворительно) ставится при наличии менее 70 % правильных ответов или при отказе обучающегося пройти тестовый контроль.
- 1.4. Рейтинговая оценка знаний предполагает введение одной из методик данной системы по инициативе отдельных преподавателей. Критерии оценки зависят от избранной методики.
- 1.5. К концу семестра, у каждого обучающегося должно быть не менее трех оценок, позволяющих достаточно объективно оценивать знания по пройденному материалу.
- 1.6. Аналогично оценке теоретических знаний с учетом объемов и качества выполненных работ оцениваются текущие знания, умения и навыки студентов на практике для получения первичных профессиональных навыков и квалификационной практике.

Знания и практические навыки студентов оцениваются в конце каждого семестра по всем дисциплинам учебного плана. Оценки выставляются по 5-бальной системе:

- 5 (отлично),
- 4 (хорошо),
- 3 (удовлетворительно),
- 2 (неудовлетворительно).

Основные формы контроля учебной работы:

1. Зачет, экзамен
2. Текущий контроль знаний

## 4.2. Промежуточная аттестация

### 4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

#### *Очная форма обучения*

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс ОС II – 6	Способность применять информационные технологии для решения прикладных финансово-экономических задач	ПКс ОС II – 6.3	Способность применять при решении профессиональных задач основные методы, способы и средства получения, хранения и преобразования информации, управлять взаимоотношениями с клиентами (MSD CRM) в предпринимательской деятельности. в том числе с использованием современных информационных технологий и

			программного обеспечения.
--	--	--	---------------------------

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПКс ОС II – 6.3 Способность применять при решении профессиональных задач основные методы, способы и средства получения, хранения и предобработки информации, управлять взаимоотношениями с клиентами (MSD CRM) в предпринимательской деятельности. в том числе с использованием современных информационных технологий и программного обеспечения.	Умение анализировать оценки по показателям: динамика продаж, цикл продаж, сумма обработанных звонков и лидов и другие. Применяет основные методы представления и алгоритмы обработки данных, использует цифровые технологии для решения профессиональных задач.	Определяет возможные риски при внедрении CRM систем (технические, бизнес риски, организационные). Рассчитывает оценки по показателям: динамика продаж, цикл продаж, сумма обработанных звонков и лидов и другие. Умение применять основные методы представления информации и алгоритмы обработки данных в современном программном обеспечении для решения профессиональных задач

#### *Заочная форма обучения*

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс ОС II – 6	Способность применять информационные технологии для решения прикладных финансово-экономических задач	ПКс ОС II – 6.3	Способность решать профессиональные задачи в области экономики и финансов с применением современных информационных цифровых технологий

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПКс ОС II – 6.3 Способность решать профессиональные задачи в области экономики и финансов с применением современных информационных цифровых технологий	Способен внедрять в профессиональную деятельность современные информационные цифровые технологии и инструменты, в том числе при выстраивании взаимоотношений с клиентами	Применяет в профессиональной деятельности современные информационные цифровые технологии и инструменты, в том числе при выстраивании взаимоотношений с клиентами, с целью оптимизации организационных процессов

#### **4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации**

##### **Формы контроля по дисциплине. Критерии оценки знаний, умений, навыков**

***Итоговый контроль.*** Для контроля усвоения данной дисциплины учебным планом предусмотрен: зачет с оценкой.

***Текущий контроль.*** В течение семестра предусматривается выполнение и защита практических упражнений и самостоятельных работ в информационной системе CRM, тестирование по отдельным разделам дисциплины. Результаты выполнения этих работ являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Выполнение всех работ является обязательным для всех студентов.

Итоговый и текущий контроль освоения студентом курса осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы, предусмотренной Типовым положением «О применении балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости студентов в Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Успешность освоения студентом дисциплины оценивается по шкале, максимальная сумма баллов которой равняется 100 (ста баллам). Оценка является комплексной и выводится на основании результатов итогового зачета/экзамена по окончании курса и данных о текущей работе студента в учебном процессе.

Итоговая оценка по дисциплине, в соответствии с балльно-рейтинговой системой, принятой в академии, является комплексной оценкой качества учебной работы студентов в течение всего семестра и формируется, исходя из суммы набранных баллов, полученных по всем видам текущего контроля, посещаемости лекций, практических (семинарских) занятий.

#### **4.2.3. Типовые оценочные средства**

##### **Список вопросов для подготовки к зачету с оценкой:**

1. CRM-системы в мире. Тенденции развития.
2. Анализ состояния CRM-систем в России.
3. Приоритеты пользователя CRM. Задачи.
4. CRM: проблемы и перспективы.
5. Облачная CRM: плюсы и минусы.
6. Desktopная CRM плюсы и минусы.
7. Как понять, что компании нужно от CRM?
8. Можно ли обойтись без CRM? Когда не стоит внедрять CRM?
9. Насколько значим мобильный доступ?



10. CRM, как стратегия и CRM, как инструмент, который поддерживает эту стратегию.
11. Различные типы моделей клиента.
12. Опишите роль основных типов записей, используемых в Microsoft Dynamics CRM.
13. Функции CRM-систем: управление маркетингом, продажами, клиентской базой, сервисом.
14. Управление маркетингом как функцией CRM-систем.
15. Управление продажами как функцией CRM-систем.
16. Управление клиентской базой как функцией CRM-систем.
17. Управление сервисом как функцией CRM-систем.
18. Что нужно сделать чтобы создать новое обращение.
19. Когда и как используются Конкуренты и Литература.
20. Процесс «Создание и работа с новыми и существующими клиентами».
21. Опишите взаимосвязь между записью клиента и записью продаж.
22. Опишите различные статусы Возможных сделок.
23. Определите особенности и преимущества Каталога продукции.
24. Процесс «Создание и поддержка группы объектов для каталога продукции».
25. Создание прайс-листов и настройка их для различных клиентов, маркетинговых кампаний и специальных предложений.
26. Применение информационных систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) для поддержки маркетинговой деятельности предприятия.

## Упражнения компьютерного практикума

Компьютерный практикум проводится на базу облачной CRM, настроенной для учебных целей. Каждый студент работает под своим уникальным именем, с которым он авторизуется в системе. Для выполнения упражнений, затрагивающих большую часть разделов CRM системы студентам предоставляются расширенные права доступа. Все студенты одной группы работают в общей базе и могут наблюдать результаты действий друг друга, что позволяет проводить коллективный разбор ошибок и обсуждения на занятии.

Ниже приведен фрагмент задания компьютерного практикума.

## Упражнение 8.1

### «Предложения с расценками»

Во время этого упражнения Вы создадите несколько Предложений и проведете расчеты их стоимости, используя различные прайс-листы, скидки и условия поставки.

**А. Выполните следующие шаги, чтобы создать новое Предложение из Возможной сделки.**

1. → Откройте Возможную сделку **Вода для мероприятия**.
2. → Проверьте, что она находится в состоянии **Выполняется**. Если она была закрыта заново активируйте Возможную сделку.
3. → В области **Элементы линии продуктов** убедитесь, что выбран режим **Доход**. **Рассчитывается системой** и выбран **Прайс-лист**.
4. → Ниже строк **Элементы линии продуктов** введите **Стоимость отправки 1000 руб.** **Сохраните запись**.
5. → В секции **Предложения с расценками** внизу открытой Возможной сделки нажмите **+**.
6. → В открывшемся всплывающем окне Предложение появятся все данные из Возможной сделки. Оформите Предложение с именем **Вода для мероприятия 1** по продаже 50 пол. упаковок Питьевой воды. Заполните два адреса: **Адрес для выставления счета** и **Адрес доставки**.
7. → В области **Сведения о доставке** введите **Способ доставки Карго багаж** и **Условия оплаты 50% авансовый платёж**.
8. → Обратите внимание, что новое предложение получило номер, основанный на Артикуле Продукта и что Предложение имеет статус **Черновик**, что позволяет его редактировать.
9. → **Сохраните запись**.
10. Вернитесь в исходную Возможную сделку и убедитесь, что в ней сохранилась информация только что сформированного предложения.
11. → Повторите шаги 5-10 для создания Предложения **Вода для мероприятия 2** по продаже 1-й паллеты питьевой воды.
12. → В новом предложении, имеющим новый номер введите скидку **5%**.

Чтобы указать скидку в процентах в предложении с расценками: зайдите в редактор форм

### Итоговое практическое задание (пример)

Зачетное задание на самостоятельную работу «Сценарий продажи»

Каждому студенту необходимо подготовиться реализации в среде CRM некоторого сценария взаимодействия с клиентом.

Для этого необходимо подготовить, найдя в Интернете, исходные данные по:

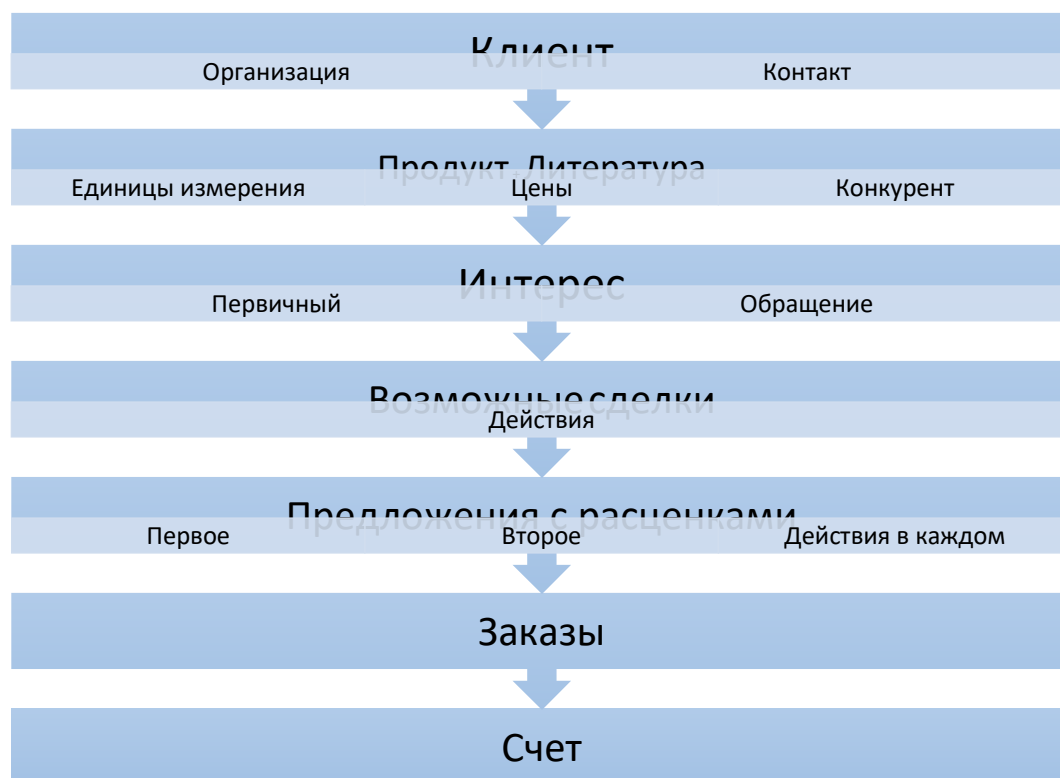
- Организации
- Контакту
- Продукту

Сценарий должен предусмотреть возможные отказы клиента и возобновления процесса продаж.

Приветствуется творческая фантазия, использующая дополнительные возможности Microsoft Dynamics 365 CRM

Выполнить отчет о произведенных действиях пользователя, исполнившего сценарий.

Примерная схема процесса представлена на рисунке ниже.



### Шкала оценивания.

Оцениваемый результат	Баллы по 100 бальной шкале
10 упражнений по 5 баллов	50
Самостоятельная работа	10
Тест	20
Ответы на вопросы на зачете	20

Критерии оценивания	Оценка
<p>Ознакомление с информационной системой класса CRM. Введение в Microsoft Dynamics CRM</p> <p>Овладел практическими навыками на модулях «Управление продажами», «Управление маркетингом», «Управление обслуживанием» программного продукта CRM. Приобретение практических умений и навыков выполнения необходимых расчетов и аналитических оценок выработка профессиональных компетентных навыков деятельности, способствующих формированию необходимых качеств принятия управленческих</p>	<p>Зачет</p> <p>Баллы 40-100</p>

<p>решений стратегического и тактического характера в сфере финансового управления.</p> <p>Не ознакомление с информационной системой класса CRM. Введение в Microsoft Dynamics CRM</p> <p>Не овладел практическими навыками на модулях «Управление продажами», «Управление маркетингом», «Управление обслуживанием» программного продукта CRM. Не приобретены практические умения и навыки выполнения необходимых расчетов и аналитических оценок, выработки профессиональных компетентных навыков деятельности, способствующих формированию необходимых качеств принятия управленческих решений стратегического и тактического характера в сфере финансового управления.</p>	<p>Незачет Баллы 0-39</p>
---	-------------------------------

#### 4.3. Методические материалы

Процесс изучения дисциплины «Управление взаимоотношениями с клиентами» включает самостоятельную работу обучающихся.

Полученные на лекциях и семинарах знания подлежат расширению и закреплению в процессе самостоятельной научной работы. Самостоятельная подготовка обучающегося к лекции заключается, прежде всего, в перечитывании конспекта предыдущей лекции.

Самостоятельная подготовка к семинарам и практическим занятиям заключается в прочитывании конспекта соответствующей лекции (если она читалась по данной теме), чтении соответствующего раздела учебника и первоисточника, подбор примеров, ситуаций, решение задания.

##### Рекомендации по чтению учебной литературы

В настоящее время имеется большое количество учебников по проблемам «Управление взаимоотношениями с клиентами». В каждом из них выражается определенная позиция автора относительно уровня и специфики изложения отдельных разделов, тем. Это приводит к тому, что определенные вопросы могут быть вообще не включены в учебник.

Чтение может быть ознакомительным и изучающим. Целью ознакомительного чтения является беглый просмотр книги, выяснение того, нужна ли она, какие именно части можно будет использовать.

##### Алгоритм ознакомительного чтения

1. Изучение содержания титульного листа, вычленение точного названия работы, ее автора и предназначения.

2. Знакомство с аннотацией или предисловием.

3. Знакомство с оглавлением, выявление интересующих вопросов.

4. Неторопливое перелистывание страниц с целью «схватывания» общего содержания и характера изложения.

5. Внимательное чтение нужных мест.

Изучающее чтение имеет целью детальное усвоение всего содержания работы или какой-то ее части. Его рекомендуется начинать после ознакомительного чтения. Оно - медленное, неторопливое, включающее в себя возвраты к тексту, повторения и сопоставления материала. Если встречается слово, значение которого неясно, следует уточнить его в словаре. Работа со словарем облегчает усвоение материала, способствует осознанию его смысла, овладению профессиональной лексикой.

В процессе изучающего чтения совершенно необходимы рабочие записи и выписки. Если обучающийся работает с собственной книгой, то пометки, записи, подчеркивания можно делать прямо в ней. При этом желательно пользоваться экономной системой условных обозначений:

- знаки одобрения (подчеркивание, "!", NB - Nota Bene - обратить внимание и т.д.),
- знаки возражения («?»), вопросительные слова и т.д.),
- знаки дополнения (стрелки, записи типа: «см. также ...» и т.д.).

В случае работы с электронной книгой в формате PDF рекомендуется пользоваться средствами комментирования, предоставляемыми Adobe PDF Reader, такими как Маркер и Вставка комментария. (Книга «Лобода Д.В. Microsoft Dynamics CRM», доступна в PDF формате).

В библиотечной книге делать пометки непозволительно, поэтому следует делать выписки отдельных цитат, тезисов или конспектирование.

Конспект - это сжатое изложение всего существенного в содержании изучаемого материала. Основные идеи, положения и доказательства излагаются в порядке их освещения в изучаемом источнике. Перед конспектированием происходит первичное чтение источника и лишь после того, как текст понят, его следует конспектировать. Рекомендуется писать конспект лишь на одной стороне листа.

Для усвоения материала существует несколько способов. Самый известный - это простое повторение, когда материал воспроизводится несколько раз. Другой способ - мыслительная обработка материала, которая предусматривает сопоставление новых данных с уже известными, их оценивание, осмысление связей между явлениями, понятиями, категориями. Такая работа позволяет усвоить его на более качественном уровне. Этому способствует составление структурно-логических схем.

Систематическое конспектирование первоисточников, не менее 2-3 по одной теме.

Изучение научной литературы должно быть органически связано с изучением материала лекций, чтением учебников и последующей работой (подготовкой к зачету/экзамену). При чтении научных трудов необходимо подробнее разобраться в тех вопросах, которые были намечены, но не раскрыты на лекциях, обратить внимание на нюансы и особенности, которые были упомянуты в лекциях. При самостоятельном изучении научной литературы очень важно сопоставлять теоретические положения с реальными явлениями, наблюдаемыми у себя и вокруг. Это позволит лучше понять, что означают изучаемые по книгам явления в жизни. Конспект необходимо дополнить собственными мыслями и примерами из жизни, что обеспечивает подкрепление и углубленное понимание изучаемого содержания.

Самостоятельный учебный труд обучающихся на обязательных аудиторных занятиях (лекции, семинар).

Подготовка к занятиям основана на планах занятий, разрабатываемых преподавателем. Основное требование к подготовке и участию обучающихся в занятиях заключается в том, что обучающийся должен самостоятельно готовиться к занятиям и творчески в них участвовать. Тренировочная функция занятий не должна приводить к максимальному автоматизму практических навыков.

Этапы подготовки к занятиям включают: повторение уже имеющихся знаний по конспекту, а затем по учебнику; углубление знаний по теме с использованием рекомендованной литературы; выполнение конкретного задания (выполнение практических заданий, составление отчетов и т.п.).

Каждое из предусмотренных контрольных мероприятий оценивается соответствующим количеством баллов (в зависимости от шкалы), общая сумма которых является показателем уровня освоения студентом данной учебной дисциплины. Распределение баллов целесообразно производить в зависимости от значимости контрольного мероприятия и, представляется оптимальным следующее соотношение баллов рейтинга (таблица 1).

**Таблица. Рейтинговые оценки контрольных мероприятий**

<i>Выполнение упражнений</i>		<i>Рубежный контроль - Самостоятельная работа, тест</i>		<i>Зачет/экзамен</i>		<i>Общее количество баллов</i>	
<i>Max</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Min</i>	<i>max</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Min</i>
50	20	20	10	20	10	100	40

Итоговый балл начисляется студенту за выполнение заданий практикумов, выполнение контрольной практической работы и ответы на зачете/экзамене.

### Перевод баллов рейтинга

Баллы (рейтинговой оценки), %	Оценка	Требования к знаниям
100-40	«Зачтено»	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ. Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.
39-0	«не зачтено»	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Рекомендуется прочитать обзоры и рейтинги различных CRM систем. При этом следует уделить внимание не только CRM компьютерным технологиям, но и CRM, как части системы управления финансовым учреждением. Стоит обратить внимание на использование CRM в «Программах лояльности», активно продвигаемых банками и другими финансовыми организациями.

Облачный вариант Microsoft Dynamics CRM, дает студенту возможность работы с системой с любого устройства, имеющего выход в Интернет. Поэтому рекомендуется

при/после чтения учебного материала самостоятельно проверять возможности учета всех взаимодействий с клиентом в информационной системе с тем, чтобы на практических занятиях с преподавателем, сосредоточиться на вопросах, вызвавших затруднения при самостоятельном изучении материала.

Для получения навыков использования финансовой информации, учитываемой в CRM, для подготовки принятия решений по улучшению экономической деятельности предприятия, следует обратить особое внимание на использование и индивидуальную настройку Аналитических панелей в Microsoft Dynamics CRM.

Виды самостоятельной внеаудиторной работы:

- повторение лекционного материала и материала учебников;
- подготовка информационных сообщений по темам дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям; включая домашнюю практическую работу в облаке MS Dynamics CRM 365
- подготовка к кейсу
- подготовка к контрольной работе (тесту)

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Основная литература.**

1. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) / П. А. Черкашин. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016. — 420 с. — ISBN 978-5-94774-643-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>

### **6.2. Дополнительная литература.**

1. Вдовин В.М. Информационные технологии в финансово-банковской сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.М. Вдовин, Л.Е. Суркова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 302 с. — 978-5-4486-0237-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71737.html>

### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.**

Не предусмотрено.



#### **6.4. Нормативные правовые документы.**

Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 18.06.2017) "О банках и банковской деятельности" (с изм. и доп., вступ. в силу с 27.06.2017), Статья 30. Отношения между Банком России, кредитными организациями, их клиентами и бюро кредитных историй

#### **6.5. Интернет-ресурсы.**

1. <https://coderlessons.com/tutorials/microsoft-technologies/izuchite-microsoft-crm/microsoft-dynamics-crm-kratkoe-rukovodstvo> Учебник. Microsoft Dynamics CRM – Краткое руководство; доступ 12.12.2019
2. <https://crmindex.ru/products> Топ 20 CRM систем 2020; доступ 20.02.2020
3. <https://docs.microsoft.com/ru-ru/learn/> Портал обучения Microsoft? Доступ 20.01.2020
4. [http://iteam.ru/publications/marketing/section\\_26/](http://iteam.ru/publications/marketing/section_26/) - Технологии CRM; лоступ 20.01.2020
5. <https://www.cfin.ru/itm/crm/> – сайт содержит большое количество статей по информационным системам, практике их внедрения, использования, экономической оценки, доступ 22.02.2020

#### **6.6. Иные источники**

1. The Definitive Guide to Customer Relationship... (Kindle Edition) by V. Kumar / Pearson Education Inc, FTPress, – 2013 – 350 p.
2. Лобода Д.В. Шаг за шагом. Microsoft Dynamics CRM 2016, М.: ЭКОМ, — 2016. — 150 с.
1. Кудинов А. CRM: Практика эффективного бизнеса. Издание 2. — Издательство: 1С-Паблишинг. — 2012. — 374 с.
2. Саак А.Э. и др. Информационные технологии управления: Учебник для вузов. — СПб.: Питер. — 2013. — 320 с.

### **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

#### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) –Электронно-библиотечная система [ЭБС] Юрайт;
2. <http://www.iprbookshop.ru> – Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Iprbooks»
3. <https://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань».
4. <http://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека Elibrary.ru.
5. <https://new.znaniy.com> Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Znaniy.com».\_
6. <https://dlib.eastview.com> – Информационный сервис «East View».

7. <https://www.jstor.org> - Jstor. Полные тексты научных журналов и книг зарубежных издательств.
8. <https://elibrary.worldbank.org> - Электронная библиотека Всемирного Банка.
9. <https://link.springer.com> - Полнотекстовые политематические базы академических журналов и книг издательства Springer.
10. <https://ebookcentral.proquest.com> - Ebook Central. Полные тексты книг зарубежных научных издательств.
11. <https://www.oxfordhandbooks.com> - Доступ к полным текстам справочников Handbooks издательства Oxford по предметным областям: экономика и финансы, право, бизнес и управление.
12. <https://journals.sagepub.com> - Полнотекстовая база научных журналов академического издательства Sage.
13. Справочно-правовая система «Консультант».
14. Электронный периодический справочник «Гарант».

**Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний.**

Аудитории оснащены компьютерами с выходом в интернет.

Компьютерные классы для проведения практических занятий

Программное обеспечение: Интернет браузер, Microsoft Office.