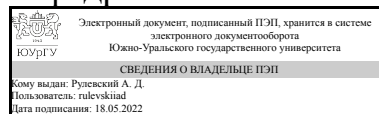


УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



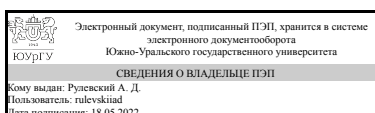
А. Д. Рулевский

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П1.07 Системы управления взаимоотношениями с клиентами
для направления 23.03.02 Наземные транспортно-технологические комплексы
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Автомобиля
форма обучения очная
кафедра-разработчик Автомобиля и автомобильный сервис

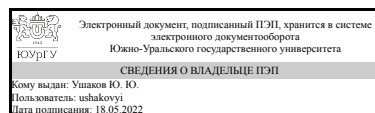
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 23.03.02 Наземные транспортно-технологические комплексы, утверждённым приказом Минобрнауки от 07.08.2020 № 915

Зав.кафедрой разработчика,
к.техн.н., доц.



А. Д. Рулевский

Разработчик программы,
к.техн.н., доцент



Ю. Ю. Ушаков

1. Цели и задачи дисциплины

Целью преподавания дисциплины является формирование у студентов комплексного представления и понимания ключевых стратегических и тактических категорий CRM в сфере сервисного обслуживания автомобилей, а также обучение студентов разработке и практическому использованию основных методик и инструментов управления отношениями с клиентами. Задачи: • рассмотреть историю CRM-систем и места CRM в российском бизнесе; • изучить сущность, роль и назначение CRM-систем; • изучить основные инструменты и методики управления отношениями с клиентами; • способствовать формированию культуры производственного мышления.

Краткое содержание дисциплины

Цели внедрения CRM. Функции CRM. Виды систем управления взаимоотношениями с клиентами. Основные преимущества CRM-систем. Условия эффективности CRM. Типовые ошибки при внедрении CRM. Программы управления взаимоотношениями с клиентами

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции) | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|--|
| ПК-2 Способен осуществлять продажу транспортных средств и работать с клиентом, проводить послепродажное обслуживание | Знает: основные категории и инструменты современного CRM, включая: связь удовлетворенности и лояльности клиентов с показателями деятельности компании, подходы к анализу и формированию клиентского опыта, характеристики поведения современных потребителей, стратегические аспекты CRM. Умеет: использовать полученные теоретические знания для проведения анализа (аудита) уровня развития отношений с клиентами, разработки рекомендаций при решении бизнес-задач в области CRM. |

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|---|---|
| Технологии Индустрии 4.0 в автомобильном бизнесе, Гарантийная политика и ремонт автомобилей, Современный рынок автомобильной техники и запасных частей, Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр) | Не предусмотрены |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

| Дисциплина | Требования |
|---|---|
| Современный рынок автомобильной техники и запасных частей | Знает: основные факторы, определяющие спрос на автомобильную технику. Умеет: выделять особенности конструкции конкретных образцов автомобильной техники, определяющие их конкурентные преимущества. Имеет практический опыт: |
| Технологии Индустрии 4.0 в автомобильном бизнесе | Знает: концепцию промышленных революций, особенности четвертой промышленной революции, характеристику базовых технологий Индустрии 4.0, возможности цифровых трансформаций автомобильного бизнеса. Умеет: определять возможности использования элементов базовых технологий Индустрии 4.0 при решении типовых задач профессиональной деятельности. Имеет практический опыт: применения элементов базовых технологий Индустрии 4.0 при решении типовых задач профессиональной деятельности. |
| Гарантийная политика и ремонт автомобилей | Знает: основные понятия гарантийного технического обслуживания и гарантийной политики, нормативно-техническую документацию, сопровождающую гарантийное обслуживание автомобилей. Умеет: работать документацией, связывать неисправности автомобиля с условиями эксплуатации, определять тип отказов. Имеет практический опыт: |
| Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр) | Знает: основные документы, сопровождающие процесс продаж автомобилей в диллерском центре., устройство и конструктивные особенности обслуживаемых автомобилей; назначение и взаимодействие основных узлов ремонтируемых автомобилей; основные методы обработки автомобильных деталей; виды технической документации; основные положения действующей нормативной документации; правила охраны труда, промышленной санитарии и противопожарной защиты, требования к оформлению отчетной документации. Умеет: выбирать и пользоваться инструментами и приспособлениями для слесарных работ, а также пользоваться контрольно-измерительными приборами и аппаратурой; определять способы и средства ремонта; осуществлять контроль технического состояния автомобилей, оценивать техническое состояние агрегатов, систем и узлов автомобилей; использовать нормативно-техническую документацию; анализировать и оценивать состояние охраны труда на производственном участке, требования к оформлению отчетной документации. Имеет практический опыт: организации работы по |

| | |
|--|---|
| | продажм автомобилей в диллерском центре., пользования технологическим оборудованием при техническом обслуживании автомобилей; выполнения регламентных работ по техническому обслуживанию автомобилей, работ по текущему ремонту; снятия и установки агрегатов и узлов автомобилей; определения и устранения причин отказов и неисправностей механизмов, агрегатов и систем автомобилей. |
|--|---|

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 68,5 ч. контактной работы

| Вид учебной работы | Всего часов | Распределение по семестрам в часах | |
|--|-------------|------------------------------------|--|
| | | Номер семестра | |
| | | 8 | |
| Общая трудоёмкость дисциплины | 108 | 108 | |
| <i>Аудиторные занятия:</i> | 60 | 60 | |
| Лекции (Л) | 24 | 24 | |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 36 | 36 | |
| Лабораторные работы (ЛР) | 0 | 0 | |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i> | 39,5 | 39,5 | |
| с применением дистанционных образовательных технологий | 0 | | |
| Выполнение реферата | 39,5 | 39.5 | |
| Консультации и промежуточная аттестация | 8,5 | 8,5 | |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен) | - | экзамен | |

5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | |
|-----------|---|---|---|----|----|
| | | Всего | Л | ПЗ | ЛР |
| 1 | Предпосылки появления CRM-систем | 4 | 4 | 0 | 0 |
| 2 | Концепция управления взаимоотношениями с клиентами | 4 | 4 | 0 | 0 |
| 3 | Основные принципы работы CRM-систем | 8 | 8 | 0 | 0 |
| 4 | Виды систем управления взаимоотношениями с клиентами | 16 | 4 | 12 | 0 |
| 5 | Компоненты системы управления взаимоотношениями с клиентами | 12 | 4 | 8 | 0 |
| 6 | Интегрирование источников информации о клиенте | 8 | 0 | 8 | 0 |
| 7 | Компоненты интеграции клиентских данных | 8 | 0 | 8 | 0 |

5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия | Кол-во часов |
|----------|-----------|---|--------------|
| 1 | 1 | История CRM-систем и место CRM в российском бизнесе | 4 |
| 2 | 2 | Цели и задачи CRM-систем | 4 |
| 3 | 3 | Основные принципы CRM-систем | 4 |
| 4 | 3 | Пирамида ценностей потребителя. Лояльность потребителей. Классификация потребителей по степени лояльности | 4 |
| 5 | 4 | Обзор операционной, аналитической и комбинированной систем CRM | 4 |
| 6 | 5 | Компоненты системы управления взаимоотношениями с клиентами | 4 |

5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара | Кол-во часов |
|-----------|-----------|---|--------------|
| 8 | 4 | Операционный CRM | 6 |
| 8 | 4 | Приложения автоматизации продаж | 6 |
| 9 | 5 | Приложения автоматизации маркетинга | 4 |
| 10 | 5 | Приложения автоматизации службы поддержки и обслуживания клиентов | 4 |
| 7 | 6 | Операционный CRM | 4 |
| 11 | 6 | Системы по управлению мастер-данными, средства интеграции данных о клиентах | 4 |
| 12 | 7 | Пять компонентов интеграции клиентских данных | 4 |
| 13 | 7 | Пять компонентов интеграции клиентских данных | 4 |

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС | | | |
|---------------------|--|---------|--------------|
| Подвид СРС | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс | Семестр | Кол-во часов |
| Выполнение реферата | а) основная литература: 1. Ньюэлл, Ф. Почему не работают системы CRM: Управление отношениями с клиентами [Текст] Ф. Ньюэлл ; пер. с англ. А. Стативка. - М.: Добрая книга, 2004. - 365 с. 2. CRM : практика эффективного бизнеса [Текст] А. Кудинов и др.; под ред. М. Сорокина. - М.: 1С-Паблишинг, 2012. - 460 с. ил., табл. 22 см 3. Пейн, Э. Руководство по CRM. Путь к совершенствованию менеджмента клиентов [Текст] Э. Пейн ; пер. с англ. С. В. Кривошеин ; науч. ред. Д. А. Хохлов. - Минск: Гревцов Паблишер, 2007. - 373 с. ил. б) дополнительная литература: 1. Стоун, М. Маркетинг, ориентированный | 8 | 39,5 |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | на потребителя : Использование CRM технологий для привлечения покупателей [Текст] М. Стоун, Н. Вудкок, Л. Мэчтингер ; пер. с англ. М. Веселковой. - М.: Гранд: Фаир-Пресс, 2003. - 330, [1] с. 2. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Готовы ли вы к войне за клиента? [Текст] учебное пособие П. А. Черкашин. - М.: Интернет-Университет Информационных Технологий, 2007. - 375 с. ил. 23 см. в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке: г) методические указания для студентов по освоению дисциплины: 1. Вылегжанина, А.О. CRM-системы : учебное пособие / А.О. Вылегжанина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 100 с. из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента: 2. Вылегжанина, А.О. CRM-системы : учебное пособие / А.О. Вылегжанина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 100 с. | | |
|--|---|--|--|

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля | Название контрольного мероприятия | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов | Учитывается в ПА |
|------|----------|------------------|-----------------------------------|-----|------------|--|------------------|
| 1 | 8 | Текущий контроль | Письменный опрос | 1 | 6 | Студенту задаются 3 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -15 минут Правильный ответ на вопрос соответствует 2 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %. | экзамен |
| 2 | 8 | Текущий контроль | Подготовка конспекта по | 1 | 3 | Конспектирование осуществляется в течении семестра по мере изучения | экзамен |

| | | | | | | | |
|---|---|--------------------------|---------------------------|---|----|---|---------|
| | | | теме | | | <p>материала в рамках самостоятельной работы.</p> <p>Для конспектирования студент должен выбрать не менее 3 тем из списка либо выбрать интересующие его темы, связанные с изучаемой дисциплиной.</p> <p>Максимальное количество баллов – 3.</p> <p>Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p> <p>Конспект оформлен и отражает содержание 3 тем из списка - 3 балла.</p> <p>Конспект оформлен и отражает содержание 2 тем из списка - 2 балла.</p> <p>Конспект оформлен и отражает содержание 1 темы из списка - 1 балл.</p> <p>Конспект отсутствует - 0 баллов.</p> <p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %.</p> <p>Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.</p> | |
| 3 | 8 | Текущий контроль | Подготовка реферата (СРС) | 1 | 5 | <p>Подготовка реферата осуществляется в рамках самостоятельной работы студентов. Студент выбирает тему из списка и готовит реферат.</p> <p>Реферат подготовлен, оформлен и отражает тему - 5 баллов.</p> <p>Реферат подготовлен, оформлен, но частично отражает тему - 4 балла.</p> <p>Реферат не завершен, тема раскрыта фрагментарно - 2 балл.</p> <p>Реферат отсутствует - 0 баллов.</p> <p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %.</p> <p>Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.</p> | экзамен |
| 4 | 8 | Промежуточная аттестация | Тест | - | 10 | <p>Количество правильных ответов 10 из 10 - 10 баллов.</p> <p>Количество правильных ответов 9 из 10 - 9 баллов.</p> <p>Количество правильных ответов 8 из 10 - 8 баллов.</p> <p>Количество правильных ответов 7 из 10 - 7 баллов.</p> <p>Количество правильных ответов 6 из 10 - 6 баллов.</p> <p>Количество правильных ответов 5 из 10 - 5 баллов.</p> <p>Количество правильных ответов 4 из 10 - 4 баллов.</p> <p>Количество правильных ответов 3 из 10 - 3 балла.</p> <p>Количество правильных ответов 2 из 10 - 2 балла.</p> <p>Количество правильных ответов 1 из 10 - 1 балл.</p> <p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %.</p> | экзамен |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|--|
| | | | | | Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %. | |
|--|--|--|--|--|---|--|

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения | Критерии оценивания |
|------------------------------|--|---|
| экзамен | На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенции | Результаты обучения | № КМ | | | |
|-------------|---|------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК-2 | Знает: основные категории и инструменты современного CRM, включая: связь удовлетворенности и лояльности клиентов с показателями деятельности компании, подходы к анализу и формированию клиентского опыта, характеристики поведения современных потребителей, стратегические аспекты CRM. | + | + | + | + |
| ПК-2 | Умеет: использовать полученные теоретические знания для проведения анализа (аудита) уровня развития отношений с клиентами, разработки рекомендаций при решении бизнес-задач в области CRM. | | | + | + |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Информационные технологии в маркетинге [Текст] учеб. для вузов по экон. специальностям Г. А. Титоренко, Г. Л. Макарова, Д. М. Дайитбегов и др.; под ред. Г. А. Титоренко. - М.: ЮНИТИ, 2001. - 333, [2] с. ил.
2. Корнеев, И. К. Информационные технологии в управлении [Текст] И. К. Корнеев, В. А. Машурцев. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 156, [1] с.

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Вылегжанина, А.О. CRM-системы : учебное пособие / А.О. Вылегжанина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 100 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Вылегжанина, А.О. CRM-системы : учебное пособие / А.О. Вылегжанина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 100 с.

Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание |
|---|---------------------------|--|--|
| 1 | Дополнительная литература | ScienceDirect | CRM online. Независимый CRM – портал. https://www.sciencedirect.com/book/9781555582630/crm |

Перечень используемого программного обеспечения:

Нет

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Не предусмотрено