

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ключевский Сергей Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 09.04.2024 16:32:10  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования

**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Руководитель образовательной  
программы

\_\_\_\_\_ А.А.Габудина

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: **Управление отношениями с клиентами**

направление подготовки: **38.03.06 Торговое дело**

направленность (профиль): **Управление процессами и проектирование  
в коммерческой деятельности**

форма обучения: **очная**

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры УСиЖКХ

Протокол № 1 от 30.08.2023 г.

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

1.1 Целью освоения дисциплины «Управление отношениями с клиентами» является приобретение знаний, навыков и способностей в области разработки стратегии управления взаимоотношениями компании с клиентами, формирования клиентоориентированной корпоративной культуры и использования CRM-систем, необходимых в профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки «Торговое дело».

1.2 Задачи дисциплины:

- изучение концепции управления отношениями с клиентами (CRM);
- приобретение знаний в области структурного построения организации и бизнес-процессов с ориентацией на клиента;
- изучение процессов CRM;
- изучение основ разработки стратегии CRM;
- изучение современных технологий CRM;
- приобретение навыков анализа и оценки эффективности CRM;
- приобретение знаний и навыков в области разработки и внедрения CRM- проектов в систему управления компанией.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Управление отношениями с клиентами» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знание основ потребительского поведения, его закономерностей и условий эффективного воздействия;

умение проводить маркетинговые исследования потребителей;

владение навыком анализировать и систематизировать информацию о потребителях с целью принятия управленческих решений.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплины «Маркетинг», «Маркетинговые исследования и поведение потребителей».

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-7 Способен к управлению текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) предприятия	ПКС-7.2 Взаимодействует с потребителями и заинтересованными сторонами	ПКС-7.2 (З.1) знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем
		ПКС-7.2 (У.1): умеет подбирать методы и инструменты анализа отраслевой и конкурентной среды, клиентской базы
		ПКС-7.2 (В.1): владеет способами организации процессов управления взаимоотношениями с потребителями

## 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа.

Таблица 4.1

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/ контактная работа, час			Самостоятельная работа, час	Форма промежуточной аттестации
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия		
очная	4/7	18	34		56	зачет

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1

№ п/п	Структура дисциплины. Номер и наименование раздела	Аудиторные занятия, час			СРС, час	Всего, час	Код ИДК	Оценочные средства
		Л	Пр	Лаб				
1	Концепция управления отношениями с потребителями (CRM)	6	10	-	14	30	ПКС-7.2	Творческое задание Коллоквиум
2	Процесс разработки стратегии CRM	4	8	-	14	26		Творческое задание Доклад Коллоквиум
3	Процесс оценки эффективности CRM	4	8	-	14	26		Творческое задание Коллоквиум
4	Управление переходом к CRM	4	8	-	14	26		Дискуссия
Итого:		18	34	-	56	108		

Заочная и очно-заочная формы не предусмотрены.

### 5.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Концепция управления отношениями с потребителями (CRM)

Маркетинг отношений. Клиенты как ключевой бизнес- актив компании. Типы CRM. Стратегическая структура CRM.

Раздел 2. Процесс разработки стратегии CRM

Роль бизнес-стратегии в CRM. Роль клиентской стратегии в CRM. Разработка клиентской стратегии. Разработка стратегии CRM. Стратегическая матрица CRM.

Раздел 3. Процесс оценки эффективности CRM

Стандарты CRM. Метрики CRM. Ключевые показатели эффективности CRM. Система мониторинга эффективности CRM.

Раздел 4. Управление переходом к CRM

Основные элементы внедрения CRM. Оценка готовности к CRM. Уровни зрелости CRM. Управление переходом к CRM. Мотивация сотрудников.

#### 5.2.2 Содержание дисциплины по видам учебных занятий

##### Лекционные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Объем, час			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	6	-	-	Концепция управления отношениями с потребителями (CRM) Маркетинг отношений. Клиенты как ключевой бизнес-

№ п/п	№ раздела дисциплины	Объем, час			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
					актив компании. Типы CRM. Стратегическая структура CRM.
2	2	4	-	-	Процесс разработки стратегии CRM Роль бизнес-стратегии в CRM. Роль клиентской стратегии в CRM. Разработка клиентской стратегии. Разработка стратегии CRM. Стратегическая матрица CRM.
3	3	4	-	-	Процесс оценки эффективности CRM Стандарты CRM. Метрики CRM. Ключевые показатели эффективности CRM. Система мониторинга эффективности CRM.
4	4	4	-	-	Управление переходом к CRM Основные элементы внедрения CRM. Оценка готовности к CRM. Уровни зрелости CRM. Управление переходом к CRM. Мотивация сотрудников.
Итого:		18	-	-	

### Практические занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Объем, час			Тема практические занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	10	-	-	Концепция управления отношениями с потребителями (CRM)
2	2	8	-	-	Процесс разработки стратегии CRM
3	3	8	-	-	Процесс оценки эффективности CRM
4	4	8	-	-	Управление переходом к CRM
Итого:		34	-	-	

Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом.

### Самостоятельная работа студента

№ п/п	№ раздела дисциплины	Объем, час			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	1	14	-	-	Концепция управления отношениями с потребителями (CRM)	Подготовка к коллоквиуму
2	2	14	-	-	Процесс разработки стратегии CRM	Подготовка доклада Подготовка к коллоквиуму
3	3	14			Процесс оценки эффективности CRM	Подготовка к коллоквиуму
4	4	14			Управление переходом к CRM	Подготовка к дискуссии
Итого:		56	-	-		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в Power Point в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

## 6. Тематика курсовых работ

Данный вид нагрузки учебным планом не предусмотрен.

## 7. Оценка результатов освоения учебной дисциплины

7.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

7.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлены в таблице 7.1.

Таблица 7.1.

№ п/п	Виды контрольных мероприятий текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
1	Творческое задание, тема 1	15
2	Коллоквиум, тема 1	10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	<b>25</b>
2 текущая аттестация		
1	Доклад	10
2	Творческое задание, тема 2	15
3	Коллоквиум, тема 2	10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	<b>35</b>
3 текущая аттестация		
1	Творческое задание, тема 3	15
2	Участие в дискуссии, тема 4	15
3	Коллоквиум, тема 3	10
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	<b>40</b>
	ВСЕГО	<b>100</b>

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в приложении 2.

8.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека Тюменского индустриального университета;

- Научно-техническая библиотека ФГАОУ ВО РГУ Нефти и газа (НИУ) им. И.М. Губкина и ФГБОУ ВО «ТИУ» <http://elib.gubkin.ru/>

- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО «УГНТУ» и ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет» <http://bibl.rusoil.net>

- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО «УГТУ» и ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет» <http://lib.ugtu.net/books>

- База данных «Научная электронная библиотека «eLibrary.ru»

- База данных Консультант студента «Электронная библиотека технического ВУЗа»

- Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>

- ЭБС «Издательство ЛАНЬ» <http://e.lanbook.com>

- «Электронное издательство ЮРАЙТ» доступ к ЭБС <http://www.urait.ru>

8.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, том числе отечественного производства : операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office.

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованных необходимым оборудованием и техническими системами обучения.

### Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин, практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	Управление отношениями с клиентами	Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2, корп. 1
		Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Учебная лаборатория. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная.	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2, корп. 1

## 10. Методические указания по организации СРС

10.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям:

Успешная подготовка к практическим занятиям по дисциплине «Управление взаимоотношениями с клиентами» предполагает активную работу на лекционных занятиях, систематическое изучение материалов лекций, чтение специальной литературы, работу с аналитическими обзорами и статистической информацией

10.2 Методические указания по организации самостоятельной работы:

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы

обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине

В рамках данной дисциплины предполагается выполнение различных видов самостоятельной работы: изучение теоретического материала по разделам курса, подготовка к практическим занятиям, дискуссиям, подготовка доклада.

Подготовка доклада нацелена на углубленное рассмотрение некоторых вопросов курса. Задачами данной формы самостоятельной работы являются:

- научиться самостоятельно отыскивать необходимую информацию, т.е. работать с библиографией, подбирать необходимый материал;

- ознакомиться с содержанием научных исследований по тематике вопросов, исторической ретроспективой и прогнозами развития;

- научиться самостоятельно излагать материал, выявлять проблемы;

- овладеть научно-исследовательским стилем письма, для которого характерны отсутствие личных местоимений, неупотребление глаголов, выражающих чувства (эмоции), повествование от третьего лица, особая мера выдержанности оценок, недопустимость политизированного подхода, выполнять формальные и редакционные требования, предъявляемые к оформлению работы.

Требования к докладу: объем не должен превышать 5 страниц (не более 7 минут); работа должна восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной. Доклад не должен содержать ничего лишнего, должен включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия вашей позиции, идеи. Доклад должен иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре. Доклад должен показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи. Доклад должен содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции. Желательно сопроводить доклад презентацией.

### Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Управление взаимоотношениями с клиентами

Код, направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-7 Способен к управлению текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) предприятия	ПКС-7.2 Взаимодействует с потребителями и заинтересованными сторонами	ПКС-7.2 (3.1) знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем	Не знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем	Знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем, допуская ряд ошибок	Знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем
		ПКС-7.2 (У.1): умеет подбирать методы и инструменты анализа отраслевой и конкурентной среды, клиентской базы	Не умеет подбирать методы и инструменты анализа отраслевой и конкурентной среды, клиентской базы	Умеет подбирать методы и инструменты анализа отраслевой и конкурентной среды, клиентской базы, допуская ряд ошибок	Умеет подбирать методы и инструменты анализа отраслевой и конкурентной среды, клиентской базы, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет подбирать методы и инструменты анализа отраслевой и конкурентной среды, клиентской базы
		ПКС-7.2 (В.1): владеет способами организации процессов управления взаимоотношениями с потребителями	Не владеет способами организации процессов управления взаимоотношениями с потребителями	Владеет способами организации процессов управления взаимоотношениями с потребителями, допуская ряд ошибок	Владеет способами организации процессов управления взаимоотношениями с потребителями, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет способами организации процессов управления взаимоотношениями с потребителями

**КАРТА**  
**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина **Управление отношениями с клиентами**

Код, направление подготовки **38.03.06 Торговое дело**

Направленность **Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности**

№ п/п	Название учебного и учебно-методического издания, автор, издательство, вид, год издания	Кол-во экземпляров в БИК	Контингент обуч-ся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обуч-ся литер-ой, %	Наличие эл.варианта в ЭБС ТИУ
1	Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с. — ISBN 978-5-4497-0695-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/97585.html">http://www.iprbookshop.ru/97585.html</a>	ЭР*	30	100	+
2	Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-394-03521-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/229631">https://e.lanbook.com/book/229631</a>	ЭР*	30	100	+
3	Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 310 с. — ISBN 978-5-394-01475-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/229634">https://e.lanbook.com/book/229634</a>	ЭР*	30	100	+

\*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru>.