

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**  
\_\_\_\_\_  
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.09.05 CRM-системы**  
\_\_\_\_\_  
(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МСЧН для направления подготовки:**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
\_\_\_\_\_  
(код и наименование направления подготовки)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Связи с общественностью**  
\_\_\_\_\_  
(наименование (специализация) ОП ВО)

**2023 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.09.05 «CRM-системы» является овладение индикаторами компетенций, предполагающими организацию работы, сбора и анализа маркетинговой информации с помощью систем управления взаимоотношениями с клиентами.

Задачами изучения дисциплины является обучение слушателей основам работы с CRM-системой, проведению маркетингового анализа коммерческой информации с помощью описательных статистических, прогностических, матричных и графических методов, формирования сводных таблиц и графиков.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.09.05 «CRM-системы» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними
		УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта
		УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач
		УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
		УК-2.5. Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.05 «CRM-системы» относится к дисциплинам (модулям) по выбору 10 (ДВ.10).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.В.ДВ.09.05 «CRM-системы».

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.09.05 «CRM-системы» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей

психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Правоведение, Основы менеджмента, Политология	Преддипломная практика

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.09.05 «CRM-системы» составляет 4 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр						
		1	2	3	4	5	6	7
Контактная работа, ак.ч.	34						34	
Лекции (ЛК)	17						17	
Лабораторные работы (ЛР)								
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17						17	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	110						110	
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.								
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144					144	
	зач.ед.	4					4	

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Введение в дисциплину	Тема 1.1. Основные категории и понятия CRM История и предпосылки возникновения CRM. Цели и задачи внедрения CRM. Модели описания CRM. Жизненный цикл клиента. Индивидуальная ценность клиента. Особенности поведения клиентов в социальных сетях. Удовлетворенность и лояльность клиента. Программы лояльности vs. CRM. «Экономика» лояльности клиента. CRM B2B vs B2C	ЛК, СЗ

Раздел 2. CRM-системы: от теории к практике	<p>Тема 2.1. Подготовка к внедрению CRM. Основные этапы внедрения CRM. Аудит CRM. Customer Journey. Цели, задачи и границы внедрения CRM. Возможная синергия от совместного внедрения CRM для B2B и B2C. CRM Road Map. Основные составляющие эффекта от внедрения CRM. Система управления проектом внедрения CRM. Оценка готовности компании к внедрению CRM</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.2. Разработка стратегии CRM. Цели и задачи разработки стратегии CRM. Влияние стратегии CRM на успех внедрения CRM. Стратегия CRM vs. Стратегия маркетинга. Стратегическое видение и политики CRM. Приоритезация задач внедрения CRM. Сегментация клиентов для решения задачи разработки стратегии CRM. Стратегии работы с сегментами. Бизнес-кейс внедрения CR</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.3. Диалог с клиентом. Типы целевых коммуникаций, сообщений, каналов. Возможные стратегии развития каналов. «Экономика» каналов коммуникаций. Особенности восприятия клиентами различных каналов коммуникаций. Кастомизация и интеграция целевых коммуникаций. Коммуникативные политики работы с клиентами. Особенности диалога с клиентами на различных этапах жизненного цикла. От многоканальности к омниканальности</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.4. Внедрение операционного CRM. Системы сбора и хранения информации о клиентах. Системы операционного CRM. Системы аналитического CRM. Системы для управления отношениями с клиентами в социальных сетях.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.5. Аналитика CRM. Данные о клиентах и их источники. CRM и Big Data. Метрики качества данных. Качество данных и эффективность CRM. CRM и маркетинговые исследования. Типы аналитических инструментов и решаемые задачи CRM. Основные аналитические модели CRM. От данных о клиентах к инсайтам.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.6. Целевые маркетинговые кампании. Типы, цели и задачи целевых маркетинговых кампаний (ЦМК). Бизнес-процессы разработки, запуска и анализа эффективности ЦМК. Модель оценки ROI ЦМК. Особенности и примеры проведения ЦМК на различных этапах жизненного цикла клиента. Эффективности ЦМК</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.7. Особенности внедрения CRM в</p>	ЛК, СЗ

	различных индустриях. Общие принципы «влияния» индустрии на результативность CRM. Особенности внедрения CRM в различном контексте: в сервисных компаниях (телеком, банки, страховые, транспорт, пр.); в ритейле; в некоммерческих предприятиях; в SME	
--	--	--

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

## ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. 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>

### *Дополнительная литература:*

1. Антощенко В. Ух ты! Сервис: [16+] / В. Антощенко. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 300 с. : схем., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=467837>

2. Свиридов О.Ю. Модернизация клиентской политики российских коммерческих банков / О.Ю. Свиридов; Федеральное агентство по образованию Российской Федерации, Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2009. — 200 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240978>

3. Шпирт Б. Отчаянные аккаунт-менеджеры: как работать с клиентами без стресса и проблем. Настольная книга аккаунт-менеджера, менеджера проектов и фрилансера : практическое пособие : [16+] / Б. Шпирт ; ред. Н. Нарциссова ; ил. Б. Шпирта. — Москва : Альпина Паблишер, 2018. — 228 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495625>

### *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

1. Курс лекций по дисциплине Б1.В.ДВ.09.05 «CRM-системы».

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.11.05 «CRM-системы» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины. <https://esystem.rudn.ru/course/index.php?categoryid=353>

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

**Доцент кафедры рекламы и  
бизнес-коммуникаций**

---

Должность, БУП



---

Подпись

**Осмоловская А.В.**

---

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:  
Кафедра рекламы и бизнес-  
коммуникаций**

---

Должность, БУП



---

Подпись

**Трубникова Н.В.**

---

Фамилия И.О.