

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 29.04.2021 14:44:46

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f414bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга



УТВЕРЖДАЮ

Ректор С.С. Юров

20 марта 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

Б1.Б.20 «УПРАВЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ (CRM)»

Для направления подготовки:

54.03.01 “Дизайн”

(уровень бакалавриата)

Программа прикладного бакалавриата

Виды профессиональной деятельности:

Организационно-управленческая

Проектная

Профиль:

Менеджмент в дизайн-бизнесе

Форма обучения:

(очная, очно-заочная)

Москва – 2020

Разработчик (и): Филин Виталий Юрьевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«04» марта 2020 г.




(подпись)

/В.Ю. Филин /

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1004 от 11.08.2016г.

СОГЛАСОВАНО:


Декан ФУБ



(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД



(подпись)

/Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 7 от «06» марта 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля) и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. Наименование дисциплины (модуля) и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление отношениями с клиентами (CRM)» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн». Преподавание этой дисциплины осуществляется на третьем курсе в шестом семестре по очной форме обучения и на четвертом курсе в седьмом семестре по очно-заочной форме обучения. Дисциплина «Управление отношениями с клиентами (CRM)» является необходимым элементом профессиональной подготовки менеджеров в сфере дизайна.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются. При изучении данного курса могут использоваться знания и умения, полученные при освоении предшествующих дисциплин, таких как: «Теория менеджмента», «Деловые коммуникации», «Маркетинговые коммуникации».

Цель дисциплины – комплексное изучение информационных технологий и систем, обеспечивающих реализацию концепций и базовых подходов управления взаимоотношениями с клиентами и поддержку принятия решений в реализации маркетинговой деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретического материала, основное содержание которого включает рассмотрение процесса управления взаимоотношениями с клиентами как стратегии организации, роль и место информационных ресурсов и систем в экономической деятельности, тенденции и особенности CRM-систем и решений в реализации маркетинговой деятельности.
- освоение практической части курса в форме компьютерных практикумов, назначением которых является обучение студентов навыкам работы с информационными системами класса CRM.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», квалификация (степень) «бакалавр».

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

| Код и содержание компетенции | Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности) |
|--|--|
| <p>ОК-5 Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p> | <p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - свободно общаться и читать оригинальную литературу на иностранном языке по профессиональной тематике <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - устной и письменной коммуникацией в профессиональной деятельности; - технологиями самостоятельной подготовки текстов; - иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятым по широкому кругу профессиональных вопросов |
| <p>ОК-6 Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> | <p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы функционирования профессионального коллектива; - роль социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей представителей тех или иных социальных общностей <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы в команде, восприятия этических норм, касающихся социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; - способами предотвращения возможных конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности |
| <p>ОПК-6 Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p> | <p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основы информационных технологий; - основные источники информации; - основные возможности и правила работы со стандартными программными продуктами; - методологию поиска информации в сети Интернет и специализированных базах данных при решении профессиональных задач, с учетом основных требований информационной безопасности <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать стандартное программное обеспечение; - проводить первичный поиск информации; - проводить поиск информации с использованием общих и специализированных баз данных и сети Интернет для решения профессиональных задач, с учетом основных требований информационной безопасности <p><u>Владеть:</u></p> |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - способами и средствами получения, хранения, переработки информации; - навыками работы с компьютером; - навыками применения специализированного программного обеспечения, баз данных и сети Интернет при решении профессиональных задач, с учетом основных требований информационной безопасности |
|--|--|

Формы контроля:

- *текущий контроль успеваемости (ТКУ)* для проверки знаний, умений и навыков студентов может проводиться в форме контрольной работы, содержащей открытые вопросы, тестовые задания и задачи по темам учебной дисциплины, подготовки студентами презентаций, в ходе проведения деловых игр, дискуссий;
- *промежуточная аттестация (ПА)* – проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

В процессе освоения дисциплины «Управление отношениями с клиентами (CRM)» используются как классические методы обучения (лекция), так и различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств обучающихся и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

В рамках данного курса используются такие активные формы работы, как:
активные формы обучения:

- практические занятия;
- интерактивные формы обучения:**
- ситуационный анализ

Общая трудоемкость дисциплины «Управление отношениями с клиентами (CRM)» для всех форм обучения реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

| Вид учебной работы | Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения) | |
|--|--|--------------|
| | Очная | Очно-заочная |
| Аудиторные занятия (всего) | 54 | 26 |
| В том числе: | | |
| Лекции | 18 | 8 |
| Практические занятия | 36 | 18 |
| Семинары | х | х |
| Лабораторные работы | х | х |
| Самостоятельная работа (всего) | 54 | 82 |
| Промежуточная аттестация, в том числе: | | |

| | | |
|---------------------------------------|--|-----------------------------|
| Вид учебной работы | Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения) | |
| | Очная | Очно-заочная |
| Вид | Зачет с оценкой – 6 семестр | Зачет с оценкой – 7 семестр |
| Трудоемкость (час.) | | |
| Общая трудоемкость ЗЕТ / часов | 3 ЗЕТ / 108 часов | 3 ЗЕТ / 108 часов |

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.

| Наименование тем | Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах) | | | | | | | Код формируемых компетенций | Форма ТКУ Форма ПА | |
|---|---|------------------------|------------------|----------------------|-----------------------|--------------|-------------------|-----------------------------|-----------------------|--------------------------|
| | Лекции | Самостоятельная работа | Активные занятия | | Интерактивные занятия | | | | | |
| | | | Семинары | Практические занятия | Ситуационный анализ | Мастер-класс | Дебаты, дискуссии | | | Тренинг |
| Очная форма | | | | | | | | | | |
| Первый этап формирования компетенции | | | | | | | | | | |
| Тема 1. Теоретические основы построения отношений с клиентами. | 2 | 10 | | 2 | | | | | ОК-5 ОК-6 ОПК-6 | |
| Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами | 4 | 10 | | 6 | | | | | ОК-5 ОК-6 ОПК-6 | |
| Текущий контроль уровня сформированности компетенции | | | | 2 | | | | | | Контрольная работа/ тест |
| Второй этап формирования компетенции | | | | | | | | | | |
| Тема 3. Процесс создания ценности. | 4 | 10 | | 6 | | | | | ОК-5 ОК-6 ОПК-6 | |
| Тема 4. Процесс многоканального взаимодействия | 4 | 10 | | 6 | | | | | ОК-5 ОК-6 ОПК-6 | |
| Тема 5. Практическое внедрение CRM в компании. | 4 | 10 | | 6 | | | | | ОК-6 ОПК-6 | |
| Текущий контроль уровня сформированности компетенции | | 4 | | 8 | | | | | | Групповой проект |
| Всего: | 18 | 54 | | 36 | | | | | | |
| Общая трудоемкость дисциплины (в часах) | 108 | | | | | | | | | Зачет с оценкой |
| Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах) | 3 | | | | | | | | | |
| Очно-заочная форма | | | | | | | | | | |
| Первый этап формирования компетенции | | | | | | | | | | |

| Наименование тем | Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах) | | | | | | | Код формируемых компетенций | Форма ТКУ Форма ПА |
|--|---|------------------------|------------------|----------------------|-----------------------|--------------|-------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| | Лекции | Самостоятельная работа | Активные занятия | | Интерактивные занятия | | | | |
| | | | Семинары | Практические занятия | Ситуационный анализ | Мастер-класс | Дебаты, дискуссии | | |
| Тема 1. Теоретические основы построения отношений с клиентами. | 1 | 12 | | 1 | | | | | ОК-5 ОК-6 ОПК-6 |
| Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами | 1 | 18 | | 1 | | | | | ОК-5 ОК-6 ОПК-6 |
| <i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i> | | | | 2 | | | | | <i>Контрольная работа/ тест</i> |
| Второй этап формирования компетенции | | | | | | | | | |
| Тема 3. Процесс создания ценности. | 2 | 16 | | 2 | | | | | ОК-5 ОК-6 ОПК-6 |
| Тема 4. Процесс многоканального взаимодействия | 2 | 16 | | 2 | | | | | ОК-5 ОК-6 ОПК-6 |
| Тема 5. Практическое внедрение CRM в компании. | 2 | 16 | | 2 | | | | | |
| <i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i> | | 4 | | 8 | | | | | <i>Контрольная работа/ тест</i> |
| Всего: | 8 | 82 | | 18 | | | | | |
| Общая трудоемкость дисциплины (в часах) | 108 | | | | | | | | Зачет с оценкой |
| Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах) | 3 | | | | | | | | |

Содержание тем учебной дисциплины

Тема 1. Теоретические основы построения отношений с клиентами.

Проблематика построения отношений с клиентом. Основные цели и задачи компании. Многообразие трактовок, соотношение стратегических и операционных компонент. Развитие идей ориентации на клиента: от CRM к CMR и Customer Respect Management

Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами.

Предыстория CRM – экономические и технологические предпосылки. Три этапа развития концепции CRM. Определения CRM. Роль CRM в компании. Применение CRM в различных сферах экономики (на примере телекома, банков, розницы). Эволюция концепции CRM. Ключевые процессы в рамках CRM.

Тема 3. Процесс создания ценности.

Природа потребительской ценности. Создание ценности для клиента. Создание ценности для организации. Максимизация пожизненной стоимости клиента (customer lifetime value). Понятие ценностного предложения (value proposition).

Тема 4. Процесс многоканального взаимодействия.

Оmnikanальный подход. Многоканальная интеграция с клиентом. Варианты использования каналов взаимодействия (channel options). Экономика каналов взаимодействия. Определение приоритетов взаимодействия. Omnikanальный подход к работе с клиентами.

Тема 5. Практическое внедрение CRM в компании.

Ключевые элементы в процессе внедрения CRM. Уровни CRM в компании: от стратегии к бизнес-процессам и рутинам. Управление изменениями. Разработка стратегии продаж на основе CRM. Персонализация продаж и обслуживания. Создание и управление программами лояльности и поддержки клиентов. Программы для приобретения и удержания клиентов. Программа ACURA.

Практические занятия

| № п/п | № и название темы дисциплины | Тематика практических занятий | Вид контрольного мероприятия |
|--------------|--|---|-------------------------------------|
| 1 | Тема 1. Теоретические основы построения отношений с клиентами. | 1. Проблематика построения отношений с клиентом. 2. Развитие идей ориентации на клиента: от CRM к CMR и Customer Respect Management | Ситуационный анализ |
| 2 | Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами | 1. Предпосылки и этапы развития CRM. 2. Роль CRM в компании и применение CRM в различных сферах экономики 3. Эволюция концепции CRM. 4. Ключевые процессы в рамках CRM. | Ситуационный анализ |
| 3 | Тема 3. Процесс создания ценности | 1. Природа потребительской ценности. 2. Создание ценности для клиента и для организации. 3. Максимизация пожизненной стоимости клиента (customer lifetime value). 4. Понятие ценностного предложения (value proposition) | Ситуационный анализ |
| 4 | Тема 4. Процесс многоканального взаимодействия. | 1. Omnikanальный подход. 2. Многоканальная интеграция с клиентом. 3. Варианты использования каналов взаимодействия (channel options). 4. Экономика каналов взаимодействия и определение приоритетов взаимодействия.. | Ситуационный анализ |
| 5 | Тема 5. Практическое внедрение CRM в | 1. Ключевые элементы в процессе внедрения CRM. 2. Уровни CRM в компании: от стратегии к | Ситуационный анализ |

| | | | |
|--|----------|--|--|
| | компания | бизнес-процессам и рутинам. 3. Управление изменениями. 4. Разработка стратегии продаж на основе CRM. 5. Персонализация продаж и обслуживания. 6. Создание и управление программами лояльности и поддержки клиентов. 7. Программа ACURA. | |
|--|----------|--|--|

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» используются учебно-методические пособия разработанные преподавателями вуза, а также учебная литература по дисциплине «Управленская экономика», размещенная в электронной библиотечной системе biblioclub.ru и библиотеке Института.

1. Вылегжанина А. О. CRM-системы: учебное пособие - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2016.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=450112
2. Скворцова Н. А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса: учебное пособие - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=363029

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В учебной дисциплине компетенции ОК-5, ОК-6, ОПК-6 формируются в 6 семестре учебного года на третьем этапе освоения образовательной программы (ОПОП) по очной форме обучения и в 7 семестре учебного года на четвертом этапе освоения ОПОП по очно-заочной форме обучения.

В рамках учебной дисциплины «Управление отношениями с клиентами (CRM)» выделяются три этапа формирования указанных компетенций в результате последовательного изучения содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает формирование компонентов компетенций с использованием различных форм контактной (аудиторной) и самостоятельной работы:

Компоненты компетенции «знать» формируются преимущественно на занятиях лекционного типа и самостоятельной работы обучающихся с учебной литературой

Компоненты компетенции «уметь» и «владеть» формируются преимущественно на практических занятиях

Результат текущей аттестации обучающихся на этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Таблица 6.1 Этапы и планируемые результаты освоения компетенций в процессе изучения учебной дисциплины

| Компетенция по ФГОС ВО | Этапы в процессе освоения дисциплины | Компоненты компетенции | | |
|---|--------------------------------------|---|--|---|
| | | Знать | Уметь | Владеть |
| ОК-5 Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | Этап 1: Темы: 1-2 | языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста | свободно общаться и читать оригинальную литературу на иностранном языке по профессиональной тематике | устной и письменной коммуникацией в профессиональной деятельности; технологиями самостоятельной подготовки текстов; иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятым по широкому |

| Компетенция по ФГОС ВО | Этапы в процессе освоения дисциплины | Компоненты компетенции | | |
|--|--------------------------------------|--|--|---|
| | | Знать | Уметь | Владеть |
| | | | | кругу профессиональных вопросов |
| | Этап 2: Темы 3-5 | языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста | свободно общаться и читать оригинальную литературу на иностранном языке по профессиональной тематике | устной и письменной коммуникацией в профессиональной деятельности; технологиями самостоятельной подготовки текстов; иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятым по широкому кругу профессиональных вопросов |
| ОК-6 Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | Этап 1: Темы: 1-2 | принципы функционирования профессионального коллектива, роль социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей представителей тех или иных социальных общностей | толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия | навыками работы в команде, способами предотвращения возможных конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности |
| | Этап 2: Темы 3-5 | принципы функционирования профессионального коллектива, роль социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей представителей тех или иных социальных общностей | толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия | навыками работы в команде, способами предотвращения возможных конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности |

| Компетенция по ФГОС ВО | Этапы в процессе освоения дисциплины | Компоненты компетенции | | |
|--|--------------------------------------|--|--|---|
| | | Знать | Уметь | Владеть |
| ОПК-6 Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности | Этап 1: Темы: 1-2 | основы информационных технологий, основные источники информации, основные возможности и правила работы со стандартными программными продуктами | использовать стандартное программное обеспечение, проводить первичный поиск информации | способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером |
| | Этап 2: Темы 3-5 | методологию поиска информации в сети Интернет и специализированных базах данных при решении профессиональных задач, с учетом основных требований информационной безопасности | проводить поиск информации с использованием общих и специализированных баз данных и сети Интернет для решения профессиональных задач, с учетом основных требований информационной безопасности | навыками применения специализированного программного обеспечения, баз данных и сети Интернет при решении профессиональных задач, с учетом основных требований информационной безопасности |

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе изучения учебной дисциплины представлены в таблице 6.2

Таблица 6.2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

| Этапы | РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ ОК-5, ОК-6, ОПК-6 (описание результатов представлено в таблице 1) | КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю) <i>(критерии и показатели определены соответствующими картами компетенций, при этом пользуются традиционной системой оценивания)</i> | | | | Контрольные задания, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций |
|-------|--|---|--------|---------|---------|--|
| | | 2 (неуд) | 3 (уд) | 4 (хор) | 5 (отл) | |
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|---------------|--------|--------------------|------------------|--------------------------------------|---------------------------------|---|
| 1 этап | ЗНАНИЯ | Отсутствие знаний | Неполные знания | Полные знания с небольшими пробелами | Системные и глубокие знания | Контрольная работа в форме теста |
| | УМЕНИЯ | Отсутствие умений | Частичные умения | Умения с частичными пробелами | Полностью сформированные умения | |
| | НАВЫКИ | Отсутствие навыков | Частичные навыки | Отдельные пробелы в навыках | Полностью сформированные навыки | |
| 2 этап | ЗНАНИЯ | Отсутствие знаний | Неполные знания | Полные знания с небольшими пробелами | Системные и глубокие знания | Кейс |
| | УМЕНИЯ | Отсутствие умений | Частичные умения | Умения с частичными пробелами | Полностью сформированные умения | |
| | НАВЫКИ | Отсутствие навыков | Частичные навыки | Отдельные пробелы в навыках | Полностью сформированные навыки | |
| 3 этап | ЗНАНИЯ | Отсутствие знаний | Неполные знания | Полные знания с небольшими пробелами | Системные и глубокие знания | Контрольная работа в форме теста |
| | УМЕНИЯ | Отсутствие умений | Частичные умения | Умения с частичными пробелами | Полностью сформированные умения | |
| | НАВЫКИ | Отсутствие навыков | Частичные навыки | Отдельные пробелы в навыках | Полностью сформированные навыки | |

Изучение дисциплины заканчивается промежуточной аттестацией, проводимой в форме зачета с оценкой.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 1 этап формирования компетенций

Пример теста

1. Какой из этих способов даст наиболее полную картину измерения удовлетворенности клиента?

- a) интерактивные опросы на Web-сайте
- b) телефонный опрос
- c) анкета по почте

2. Какую информацию можно получить о любом человеке, зашедшем на Web-сайт?

- a) регион проживания клиента
- b) время, которое провел на Web-сайте
- c) персональные данные
- d) какие действия выполнял на сайте

3. Какой канал взаимодействия с клиентом наиболее медленный?

- a) электронная почта
- b) почта
- c) факс
- d) SMS
- e) телефония
- f) Web-сайт

4. Какие из CRM-систем принадлежат иностранным вендорам:

- a) amoCRM;
- б) Oracle Siebel CRM;
- в) Sales Expert;
- г) SugarCRM;
- д) ASoft CRM;
- e) Monitor CRM.

5. Что является целью CRM?

- a) построение долгосрочных доверительных отношений с поставщиками
- b) построение долгосрочных доверительных отношений с потенциальными клиентами
- c) построение долгосрочных доверительных отношений с клиентами

6. Что является толчком для внедрения системы CRM:

- a) увеличение объемов производства
- b) увеличение конкуренции
- c) освоение новых рынков сбыта

7. Какие основные цели внедрения стратегии CRM при кризисном сценарии?

- a) реализация условий, налагаемых руководством
- b) систематизация деятельности сотрудников
- c) контроль эффективности
- d) контроль за информацией

8. Какие этапы маркетингового цикла автоматизирует CRM-система?

- a) определение целевой аудитории
- b) определение маркетинговой кампании
- c) анализ результатов
- d) планирование маркетинговой кампании
- e) поиск подходов

9. Отличие CRM-системы от первых систем автоматизации продаж?

- a) возможности анализа и прогнозирования продаж
- b) формирование базы по клиентам
- c) накопление информации по продажам с клиентом

10. Сколько CRM-систем может использоваться в одной компании?

- a) по количеству типов взаимодействия с клиентом
- b) только одна
- c) не больше двух

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 1 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Тест:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

6.3.2. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 2 этап формирования компетенций

Групповой проект. Команда (4-5 человек) выбирает компанию, проводит анализ и делает презентацию по увеличению ценности клиентской базы по модели ACURA. За выполнение задания выставляются следующие оценки (Сумма = 100 баллов):

1. Определение сегментов и анализ их характеристик. Выбор 2-4 сегментов с наибольшим потенциалом прибыли в долгосрочном периоде. (20 баллов)
2. Определение базовой стратегии ACURA – определение стратегий сегментов, где это возможно (15 баллов)
3. Выбор подходящих стратегий ACURA для каждого из сегментов и оценка (приблизительная) показателей прибыльности (20 баллов)
4. Оценка ключевых показателей для каждого сегмента и общий потенциал прибыли (Необходим подробный анализ) (25 баллов)
5. Рекомендации и план действий, включающий определение ключевых факторов успеха при внедрении CRM, потребности в инвестициях и стратегию внутреннего продвижения (20 баллов).

6.3.4. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений,

Примерные вопросы к зачету

Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

1. Проблематика построения отношений с клиентом.
2. Ориентация компании на клиента.
3. Подходы к определению CRM.
4. Роль CRM в компании и применение CRM в различных сферах экономики
5. Процесс разработки стратегии: основные этапы.
6. Разработка стратегии CRM.
7. Варианты стратегий CRM в компании.
8. Процесс создание ценности в компании.
9. Ценность, получаемая компанией.
10. Ценность, получаемая клиентом.
11. Подходы к определению (оценке) ценности.
12. Формирование ценностного предложения.
13. Анализ прибыльности и пожизненной стоимости клиента.
14. Каналы взаимодействия с клиентами.
15. Стратегии управления каналами взаимодействия.
16. Мультиканальная стратегия.
17. Роль информационных технологий и управления информацией.
18. Технические барьеры на пути CRM.
19. Приложения для front-office и back-office подразделений.
20. Инструментарий аналитического и оперативного CRM.
21. Оценка системы управления отношениями с клиентами.
22. Уровни и инструменты оценки: клиенты, сотрудники и процессы, стратегия, результаты деятельности.
23. Роль клиентской стратегии
23. Система сбалансированных показателей.
24. Внедрение CRM в компании: основные ориентиры и сложности.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности по дисциплине «Основы предпринимательства» проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает

– текущий контроль (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- рубежный контроль – оценка результатов освоения дисциплины, степени сформированности компетенций на каждом из этапов освоения учебной дисциплины.

– промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по учебной дисциплине в целом). Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется обучающимися в течение всего семестра, после изучения новой темы. Тематическим планом предусмотрен рубежный контроль в виде контрольных заданий и итоговая аттестация в виде зачета. К зачету допускаются обучающиеся, выполнившие все виды текущей аттестации – практические работы, задание для самостоятельной работы и контрольные опросы.

Тест - является одним из основным средством формального контроля качества обучения. Тестированием называется метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить знания, умения и навыки студента характеризующих определенный этап формирования компетенций.

Тесты построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Набор тестовых заданий должен соответствовать цели контроля знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы на определенном этапе их освоения.

С помощью тестирования можно оценить уровень знаний студента о предметной области дисциплины и понимания основных ее положений и терминов, а также умение и навыки студента применять полученные при освоении учебной дисциплины практические знания для решения конкретных задач. Тесты для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих различные этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы бывают следующих видов:

Закрытая форма является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов. Закрытую форму вопросов используют также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае формулируют условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представляют несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Студент должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

Открытая форма. Вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), чертежа (схемы), графика, в которых пропущены существенные составляющие - слова, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Студент должен вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

Установление соответствия. Студенту предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие.

Установление последовательности предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов, фраз, дат и т.п.

Оценка результатов тестирования предполагает использование количественной шкалы оценивания.

Кейс-метод (Case study) — это техника обучения, использующая описание реальных экономических и социальных ситуаций (от англ. case — «случай»). Под ситуацией (кейсом) понимается письменное описание какой-либо конкретной реальной ситуации. Отличительной особенностью метода case-study является создание проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни. Цель технологии – развитие навыков анализа и критического мышления, соединение теории и практики; представление примеров принимаемых решений; демонстрация возможности различных точек зрения. Кейс-технология позволяет более успешно по сравнению с традиционной методикой обучения развивать творческие способности обучающихся, формирует навыки

выполнения сложных заданий в составе небольших групп, помогает успешно овладеть способностями анализа непредвиденной ситуации, самостоятельно разрабатывать алгоритмы принятия решения. Этот метод также способствует развитию технического мышления, формированию таких качеств, как инициативность и самостоятельность.

К кейс-технологиям относятся: метод ситуационного анализа; ситуационные задачи и упражнения; анализ конкретных ситуаций (кейс-стади); метод кейсов; метод инцидента; метод разбора деловой корреспонденции; игровое проектирование; метод ситуационно-ролевых игр. Требования к кейсу: четкое соответствие цели, поставленной при создании; наличие соответствующего уровня трудности; актуальность на сегодняшний день; иллюстрирование типичных ситуаций; развитие аналитического мышления; провоцирование дискуссии; наличие нескольких решений.

Студентам предлагается проанализировать конкретную ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные варианты решения и выбрать лучший из них. В процессе поиска решения студенты используют свой опыт и полученные знания, применяют в учебной аудитории те способы, средства и критерии анализа, которые были приобретены ими в процессе предшествующего обучения.

Этапы работы с кейсом: этап введения в кейс; анализ ситуации; этап презентации; этап общей дискуссии; этап подведения итогов.

Критерии оценивания студентов: Профессиональное, грамотное решение проблемы. Новизна и неординарность решения проблемы. Краткость и четкость изложения теоретической части решения проблемы. Качество графической части оформления решения проблемы. Этика ведения дискуссии. Активность работы всех членов микрогруппы. Штрафные баллы.

Наилучшему усвоению материала способствуют: постепенное повышение сложности кейсов, визуализация данных, наличие текстовой информации, временная последовательность материала, тщательная проработка стратегии обсуждения, установление четких временных рамок в зависимости от сложности кейса, создание условий для беспрепятственной коммуникации внутри микрогрупп, возможность высказывания собственного мнения, помощь преподавателя при затруднениях.

Зачет с оценкой - промежуточная аттестация (контроль по окончании изучения учебной дисциплины или ее части). Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой проводится в период зачетно-экзаменационной сессии в соответствии с расписанием. Студенты допускаются к сдаче зачета при условии прохождения всех контрольных рубежей. Студенты заранее получают вопросы и задания.

Вопросы могут включать в себя:

- три вопроса, из которых 2 вопроса - теоретические и 1 вопрос – задача или проблемная ситуация.
- 2 вопроса – оба из которых теоретические.

При оценке ответа обучающегося на вопросы преподаватель руководствуется следующими критериями:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности, понимания изученного;
- правильность, способы и методы решения задачи или проблемной ситуации
- языковое оформление ответа.

Оценка **«отлично»** ставится, если обучающихся полно излагает изученный материал, обнаруживает понимание специфики вопроса, дает правильное определение основных понятий и категорий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры, самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно. Ответ не содержит фактические ошибки.

Оценка «хорошо» ставится за правильное и глубокое усвоение программного материала, однако в ответе допускаются неточности и незначительные ошибки, как в содержании, так и форме построения ответа.

Оценка «удовлетворительно» свидетельствует о том, что студент знает основные, существенные положения учебного материала, но не умеет их разъяснять, допускает отдельные ошибки и неточности в содержании знаний и форме построения ответа.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части материала, неверно отвечает на вопрос, даёт ответ, который содержательно не соотносится с поставленной задачей, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно излагает материал.

При проведении зачета учитываются результаты выполнения контрольных заданий, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций - результаты рубежного контроля.

Важнейшим условием успешной реализации перечисленных форм контроля является их комплексность и функциональность, предполагающая связь приобретаемых компетенций с конкретными видами и задачами профессиональной деятельности и социальной активности выпускника.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

Основная литература:

1. Вылегжанина А. О. CRM-системы: учебное пособие - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2016.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=450112
2. Курбесов А. В. Корпоративные информационные системы: учебное пособие - Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=567042
3. Скворцова Н. А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса: учебное пособие - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=363029

Дополнительная литература:

1. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие - Москва: Дашков и К°, 2018.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=496127
2. Никитаева А. Ю., Чернова О. А., Федосова М. Н. Корпоративные информационные системы: учебное пособие - Ростов-на-Дону|Таганрог: Южный федеральный университет, 2017.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=493253

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. Window.edu.ru – единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <http://fcior.edu.ru/> - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
4. <http://bibliorossica.com/> - Электронно-библиотечная система, содержащая полнотекстовые учебники, учебные пособия, монографии и журналы в электронном виде. 5100 изданий открытого доступа

5. <http://www.marketologi.ru/> - Сайт Гильдии маркетологов, содержащий ссылки на научную и учебную литературу, полнотекстовые статьи членов Гильдии и отчеты о развитии маркетинга в России
6. <http://www.marketing.spb.ru/> - Сборник статей по маркетингу, различные направления
7. <http://www.4p.ru/> - Электронный журнал по маркетингу
8. <http://www.md-marketing.ru/> - Информационный портал о маркетинге
9. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация Коммуникационных Агентств России
10. <http://www.raso.ru/> - Российская Ассоциация по связям с общественностью
11. <http://www.ramu.ru/> - Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг
12. <http://www.sostav.ru/> - Информационный портал о рекламе
13. <http://www.advertology.ru/> - Электронный журнал о рекламе
14. www.glossary.ru; http://dic.academic.ru - Глоссарии и словари
15. www.krugosvet.ru - Энциклопедия «Кругосвет»

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Изучение курса предполагает большой удельный вес самостоятельной работы обучающихся. Приступая к изучению данной учебной дисциплины, следует ознакомиться с предложенным преподавателем графиком учебного процесса, включающим самостоятельную работу. На основе этого графика вы можете четко планировать объем работы и свое время, необходимое для выполнения внеаудиторной работы, подготовки к практическим занятиям и контрольным формам обучения.

Изучайте материал последовательно, начиная с первой темы, ибо каждая последующая может быть очень тесно связана с предыдущей. Даже если Вас интересуют конкретные проблемы или закономерности, понимание их сущности порой невозможно или же крайне затруднительно без знания предыдущего материала. В связи с этим Вам все равно придется обращаться к материалу предшествующих тем.

Внимательно, не торопясь, читайте материал одной темы. Все слова или категории, в точном значении которых Вы сомневаетесь, найдите в глоссарии (обычно он помещается в конце учебника), в предшествующих темах (чаще всего вновь появляющиеся термины и категории выделяются курсивом) или в экономическом словаре. Иначе могут возникнуть серьезные затруднения при изучении последующего материала.

Если отдельные темы модуля вам покажутся близкими с точки зрения аналогичности механизма функционирования экономических субъектов или действия теоретических законов, постарайтесь выделить основные отличия, уяснить категории и их буквенные обозначения и составьте сравнительную таблицу. Моторная и зрительная память обязательно «сработают» в дальнейшем. После того, как вы прочитали тему, запомнили основные положения и сделали необходимые Вам записи, обязательно постарайтесь ответить на все вопросы, содержащиеся в конце параграфа.

В случае, если некоторые вопросы вызывают у Вас затруднения, перечитайте текст и найдите ответ в тексте параграфа. Лучшему закреплению знаний и пониманию теоретического материала способствуют специальные упражнения и тесты, разработанные и представленные в практикумах. В нашем пособии представлены задания для самостоятельной работы по разделам, а также по всему курсу в целом. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника.

Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

1й – организационный;

2й - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

Подготовка к практическому занятию

Одной из традиционных форм обучения является практическое занятие. Поскольку план занятий вы получаете заранее, старайтесь во время подбирать литературу, рекомендованную вам к каждой из изучаемых тем. Просмотрев все доступные вам учебные пособия, статьи в научных журналах по соответствующей тематике и статистические сборники (если это необходимо) и Интернет-ресурсы (в т.ч. официальные сайты министерств и ведомств) решите, какой из вопросов Вы будете готовить наиболее глубоко и в подготовке каких вопросов вы ограничитесь рамками базового учебника.

При необходимости делайте конспекты, указывая источник и номера страниц, на которые вы ссылаетесь.

Для того чтобы структурировать материал, собранный вами по проблеме, составьте развернутый план выступления или структурно-логическую схему, которая поможет вам лучше запомнить материал в результате подключения зрительной памяти и логики.

Обязательно промешайте тесты и задачи, если они были заданы вам заранее. Ваше выступление станет ярче и нагляднее, если вы сделаете презентацию своего выступления в программе Power Point.

Семинарские занятия могут проводиться в различной форме: комбинированные занятия, решение проблемных ситуаций, заседания круглого стола, творческие занятия в виде написания эссе и др.

«Круглый стол»

Проведение «круглого стола» требует от обучающихся большей подготовки, чем обычное семинарское занятие. Эта форма занятий предполагает активное участие всех слушателей, знания не только обязательной учебной литературы, но и анализа статистических данных, изучения нормативно-правовых документов по исследуемой проблеме, анализа научных статей ведущих ученых России, публикуемых в научных журналах и сборниках научно-практических конференций.

При подготовке к заседанию «круглого стола» следует обратить внимание на некоторых моментах, имеющих большое значение для их успешного выступления:

Нужно объяснить, что не следует готовить материал сразу по всем предложенным вопросам. Достаточно выбрать один и подобрать полную и по возможности обширную информацию, необходимую для его освещения.

Тщательным образом проработать дефиниции, понятия и определения для того, чтобы во время выступления исключить дополнительные вопросы, неоднозначное их понимание или толкование. Четко определить свою позицию и подготовить необходимые аргументы для ее отстаивания. Не готовить слишком долгое или пространное выступление, так как выступление такого рода не воспринимается слушателями.

Подготовленный материал следует прочитать несколько раз для того, чтобы свободно им владеть и излагать свободно (не читая «по бумажке») во время своего выступления, дополнения выступавшего или несогласия с ним.

Во время выступления не следует выходить за рамки обсуждаемой проблемы; необходимо соблюдать регламент.

Дискуссия

Дискуссия – это столкновение различных мнений и интересов, разных точек зрения по какой-либо актуальной проблеме, имеющей важное значение не только для общества, но и для конкретного человека, принимающего участие в ее обсуждении. Дискуссия всегда состоит из возникающих вопросов и ответов на них, строится по принципу «вопрос-ответ».

Принимая участие в дискуссии, помните некоторые важные советы:

- стремясь высказать свою точку зрения, слушайте и слышите друг друга;
- не повторяйте уже сказанное (если придерживаются той же точки зрения), а дополняйте друг друга, приводя новые аргументы в защиту своей концепции;
- четко и однозначно формулируйте вопросы, в случае если они возникают в ходе обсуждения;
- отвечайте на заданные вопросы подробно, но достаточно четко и конкретно;
- выступайте против точки зрения оппонента, а не против него самого;
- спорные вопросы не должны перерасти в конфликтную ситуацию

В процессе подготовки дискуссии заранее дома подберите необходимые факты, изучите рекомендованную литературу, примите ту или иную сторону для отстаивания выработанной позиции.

Эссе

Эссе в переводе с французского обозначает «попытка», «проба», «очерк». Это сочинение-рассуждение небольшого объема со свободной композицией, выражающее

индивидуальные впечатления, соображения по конкретному вопросу, проблеме и заведомо не претендующее на полноту и исчерпывающую трактовку предмета.

Эссе включает в себя следующую структуру:

Введение - суть и обоснование выбора данной темы.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?».

Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, Постоянство — изменчивость. В процессе построения эссе необходимо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим и иллюстративным материалом. Рекомендуется ограничить себя рассмотрением одной главной мысли.

Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине «Управление отношениями с клиентами (CRM)» предполагается использование сети Интернет, стандартных компьютерных программ Microsoft Windows. Использования специального программного обеспечения или справочных систем данная рабочая программа не предусматривает.

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Данные аудитории, а так же помещения для самостоятельной работы студентов, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Аудитории для проведения занятий лекционного типа оборудованы наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой подключенной к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Учебное помещение № I-65, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования.

Кабинет № 424 – 139,1 м²

Оборудование:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. колонки;
4. блок управления проекционным оборудованием;
5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт. Компьютер подключен к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»;
6. столы - 36 шт.;
7. стулья – 71 шт..

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC.

Учебное помещение № I-14, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, самостоятельной работы обучающихся. Компьютерный класс / Лаборатория информационных технологий.

Кабинет № 404 – 61,2 м²

Оборудование:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;

2. проекционный экран;
3. колонки;
4. блок управления проекционным оборудованием;
5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.;
6. персональные компьютеры - 27 шт.;

Все компьютеры подключены к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

7. столы - 14 шт.;
8. стулья – 28 шт..

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC.