

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.3.3 Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

01.03.02 Прикладная математика и информатика
(код и наименование направления подготовки)

Прикладное программирование и корпоративные информационные системы
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

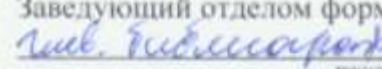
Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2025

Рабочая программа дисциплины «Б1.Д.В.Э.3.3 Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма наименование кафедры		
протокол № <u>7</u> от " <u>3</u> " <u>02</u> 2025 г.		
Заведующий кафедрой		
Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма наименование кафедры	 подпись	Е.В. Шестакова расшифровка подписи
Исполнители:		
Доцент	 подпись	А.М. Ситжанова расшифровка подписи
должность	подпись	расшифровка подписи
СОГЛАСОВАНО:		
Председатель методической комиссии по направлению подготовки		
01.03.02 Прикладная математика и информатика код наименование	 личная подпись	И.П. Болодурина расшифровка подписи
Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов		
 личная подпись	 подпись	С.А. Биктиширов расшифровка подписи
Уполномоченный по качеству факультета		
Доцент	 личная подпись	Ю.В. Рожкова расшифровка подписи
должность	подпись	расшифровка подписи

№ регистрации _____

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области организации эффективного управления продажами и построения долгосрочных взаимоотношений с клиентами, направленных на повышение конкурентоспособности компании и достижение устойчивого роста продаж.

Задачи:

- Формирование понимания сущности, роли и функций управления продажами и CRM: изучение основных понятий и концепций управления продажами; понимание роли управления взаимоотношениями с клиентами в современной бизнес-среде.
- Изучение методов и инструментов организации отдела продаж.
- Приобретение навыков стратегического и оперативного управления продажами.
- Развитие компетенций в области управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)
- Изучение подходов к управлению каналами продаж и партнерскими отношениями.
- Формирование навыков анализа и оценки эффективности деятельности отдела продаж
- Овладение навыками по созданию и продвижению элементов бизнес-проектов на основе инноваций в сфере ИКТ.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.7 Право, Б1.Д.Б.12 Основы экономики и финансовой грамотности, Б1.Д.В.5 Информационные технологии в экономике и управлении*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-3 Способен применять современные технологии анализа данных в информационно-аналитической деятельности систем управления и принятия решений, а также для разработки на их основе новых продуктов и услуг	ПК*-3-В-1 Имеет представление о способах получения, обработки, передачи и хранения данных в информационно-аналитической деятельности при использовании различных систем управления ПК*-3-В-2 Использует современные методы управления стратегическим развитием методологической и технологической инфраструктуры анализа данных в информационно-аналитической деятельности	Знать: современный рынок информационных систем и ИКТ для управления бизнесом и организации продаж; основные виды и формы ПО системы взаимоотношения с клиентами. Уметь: осуществлять выбор оптимальных информационных систем и применять их для решения практических прикладных задач при ведении и управлении бизнесом; Владеть: навыками определения наиболее оптимальных ИКТ для управления бизнесом.

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	ПК*-3-В-4 Демонстрирует навыки принятия решений на основе анализа данных современных информационных систем управления	
ПК*-4 Способен разрабатывать, модифицировать и сопровождать корпоративные информационные системы, автоматизирующие задачи организационного управления и бизнес-процессы в организациях для повышения эффективности их деятельности	ПК*-4-В-1 Имеет представление об основных бизнес-процессах корпоративных информационных систем и определяет требования к программным решениям задач по автоматизации деятельности организаций ПК*-4-В-3 Демонстрирует навыки автоматизации организационного управления и бизнес-процессов в организациях для повышения эффективности их деятельности	Знать: основные бизнес-процессы и виды стратегий CRM на предприятии; инструменты разработки систем взаимоотношения с клиентами. Уметь: использовать разработанные CRM системы на предприятии Владеть: методами оценки эффективности программ CRM

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	40,25	40,25
Лекции (Л)	24	24
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю и т.п.)	103,75	103,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов		
		всего	аудиторная работа	внеауд. работа

			Л	ПЗ	ЛР	
1	Введение в управление продажами и взаимоотношениями с клиентами	34	6	4		24
2	Рынок ИКТ и организация продаж	54	8	6		40
3	Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM)	56	10	6		40
	Итого:	144	24	16		104
	Всего:	144	24	16		104

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Введение в управление продажами и взаимоотношениями с клиентами: Цели и задачи управления продажами, основные понятия и термины. Роль управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Связь управления продажами с общей маркетинговой стратегией компании

Раздел 2. Рынок ИКТ и организация продаж. Обзор мирового и российского рынка ИКТ.

Виды и формы организации продаж (территориальная, товарная, клиентская). Планирование и прогнозирование объемов продаж. Этапы развития рынка ИКТ. Тенденции развития мирового и российского рынка ИТ. Основные каналы организации продаж в интернете. Организация продаж в социальных сетях и мессенджерах.

Раздел 3. Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM): Сущность и принципы CRM. Стратегии взаимодействия с клиентами. Сбор и анализ данных о клиентах. Системы автоматизации и программное обеспечение CRM. Система отчетности и аналитика продаж

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2	1	Введение в управление продажами и взаимоотношениями с клиентами	4
3,4,5	2	Рынок ИКТ и организация продаж	6
6,7,8	3	Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM)	6
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1 Ружанский, А. П. Разработка системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) туристического агентства в 1С:Предприятие / А. П. Ружанский ; Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева. – Астрахань : б.и., 2023. – 48 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703937> (дата обращения: 14.03.2025). – Текст : электронный.

2 Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 14.03.2025). – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – DOI 10.23681/686507. – Текст : электронный.

5.2 Дополнительная литература

1 Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 279 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621640> (дата обращения: 14.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03902-7. – Текст : электронный.

2 Иванова, Е. А. Управление продажами : учебно-методическое пособие для бакалавров, обучающихся по направлениям «Торговое дело», «Реклама и связи с общественностью» : [16+] / Е. А. Иванова, В. А. Шлеин ; Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), Институт экономики и финансов, Кафедра «Экономика и управление на транспорте». – Москва : Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), 2020. – 59 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703179> (дата обращения: 14.03.2025). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

3 Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021> (дата обращения: 14.03.2025). – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – DOI 10.23681/694021. – Текст : электронный.

5.3 Периодические издания

Информационные технологии: журнал. – М. : Издательство «Новые технологии», 2025.

- Кадровое дело: журнал. – М.: Агентство «Роспечать», 2025

- Кадровая служба и управление персоналом предприятия+ в подарок ЗАДАТЬ ВОПРОС: журнал. – М.: ООО «Бизнес-Арсенал», 2025

5.4 Интернет-ресурсы

<http://infomanagement.ru/> - Интернет-портал, который содержит материалы по теории и практике менеджмента: новости, статьи, книги, лекции.

<http://elibrary.ru/> – eLIBRARY.RU - крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций, обладающая богатыми возможностями поиска и получения информации. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования.

<http://bukvy.net/> - Электронная библиотека книг и периодических изданий по экономике, управлению, менеджменту и психологии.

<http://www.hr-portal.ru> - Интернет-портал, который содержит публикации по вопросам управления персоналом: подбору, адаптации, обучению, оценке и мотивации и др. Новости, HRсобытия. Файлы. Форум. Блоги.

<http://infomanagement.ru/> - Инфо-менеджмент – портал, на котором собраны литература (книги, лекции, периодические издания) по менеджменту и управлению, а также представлены мировые и российские новости, посвященные управлению.

<https://openedu.ru/course/spbu/HRDIGITAL/> - «Открытое образование», Каталог курсов, MOOK: «Цифровизация в управлении человеческими ресурсами».

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2025]. Режим доступа: <http://garant.net.osu.ru>

2 <http://edu.garant.ru/garant/study/> - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

3. Яндекс.Браузер - браузер, созданный компанией «Яндекс» на основе движка (бесплатная версия) Режим доступа: <https://browser.yandex.ru>.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.