Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 30.05.2026 15:08:56
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет информационных технологий

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
«Информационных технологий»
_____ / Д.Г. Демидов /
« 26 » февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами

Направление подготовки/специальность
09.03.03 Прикладная информатика

Профиль/специализация
Корпоративные решения на платформе 1С

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
Очная

Москва, 2026 г.

Разработчик(и):

Старший преподаватель  / О.В. Дедёхина /

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Прикладная информатика»,
К.э.н, доцент  / С.В. Суворов /

Содержание

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3 Структура и содержание дисциплины 5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость 5
3.2 Тематический план изучения дисциплины 6
3.3 Содержание дисциплины 6
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 8
3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 10
4 Учебно-методическое и информационное обеспечение 10
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 10
4.2 Основная литература 10
4.3 Дополнительная литература 10
4.4 Электронные образовательные ресурсы 10
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 10
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 11
5 Материально-техническое обеспечение 11
5.1 Требования к оборудованию и помещению для занятий 11
5.2 Требования к программному обеспечению 11
6 Методические рекомендации 11
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 11
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 11
7 Фонд оценочных средств 12
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 12
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 12
7.3 Оценочные средства 15

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель дисциплины должна иметь практическую направленность и соотноситься с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО.

Задачи дисциплины должны соотноситься с задачами профессиональной деятельности, указанными в ФГОС ВО и отражать области и сферы профессиональной деятельности, установленные в ОПОП ВО.

Планируемые результаты обучения должны быть соотнесены с установленными в ОПОП индикаторами достижения компетенций.

Обучение по дисциплине «Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-4 Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Знает концепцию управления взаимоотношениями с клиентами, типы стратегий управления отношениями с клиентами, ключевые процессы и технологии управления взаимоотношениями с клиентами ОПК-4.2 Умеет анализировать отраслевую и конкурентную среду компании, выявлять целевые сегменты, ключевых клиентов и партнеров ОПК-4.3 Владеет навыками автоматизации системы управления взаимодействием с клиентами и партнерами

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.2.2.1 « Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами» относится к обязательной части блока 1. «Дисциплины (модули)» учебного плана ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика. Дисциплина «Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами» изучается обучающимися очной формы обучения в 4 семестре, заочной формы обучения – в 4 семестрах.

При изучении данной дисциплины обучающийся использует знания, умения и навыки, которые формируются параллельно в процессе изучения дисциплин: «Управление жизненным циклом ИС (продвинутый уровень)», «Теория принятия решений», «Информационный менеджмент», «Информационный бизнес».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Управление взаимоотношениями с клиентами», будут необходимы для углубленного и осмысленного восприятия дисциплин: «Бизнес-моделирование и интернет-предпринимательство», «Интеллектуальные агенты и агентные системы», «Стратегическое управление и бизнесанализ», «Стратегическое управление инновациями»..

3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(е) единиц(ы) (108 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения)

3.1.1 Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
1	**Аудиторные занятия**	**54**		
	В том числе:			
1.1	Лекции	18		
1.2	Семинарские/практические занятия			
1.3	Лабораторные занятия	36		
2	**Самостоятельная работа**	**54**		
	В том числе:			
2.1	Подготовка к лекциям	18		
2.2	Подготовка к лабораторным работам	36		
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен	**зачет**		
	Итого:	**108**		

3.2 Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения)

3.2.1 Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	**Раздел 1. Введение в управление продажами и роль ERP систем**	**6**	**4**	**2**			
	Тема 1. Введение в управление продажами и роль ERP-систем	2	2	0			
	Тема 2. Нормативно-справочная информация (НСИ) в 1С:ERP	4	2	2			
2	**Раздел 2. CRM в 1С:ERP**	**10**	**4**	**6**			
2.1	Тема 1. Встроенная CRM 1С:ERP: структура и настройка	4	2	2			
2.2	Тема 2. Планирование продаж: ценообразование и заказы	6	2	4			
3	**Раздел 3. Исполнение заказов и управление документооборотом**	**8**	**4**	**4**			
3.1	Тема 1. Исполнение заказов: отгрузки, возвраты, претензии	4	2	2			
3.2	Тема 2. Автоматизация документооборота и бизнес-процессы	4	2	2			
4	**Раздел 4. Аналитика продаж, отчётность, BI и кредитные лимиты**	**8**	**4**	**4**			
4.1	Тема 1. Аналитика и управленческие отчеты, дашборды и BI	4	2	2			
4.2	Тема 2. Автоматизация контроля дебиторской задолженности и кредитных лимитов	6	2	4			
5	**Раздел 5. Лучшие практики автоматизации и проектная работа**	**20**	**2**	**18**			
5.1	Тема 1. Частые ошибки и лучшие практики автоматизации продаж	2	2	0			
5.2	Тема 2. Сквозной кейс	18	0	18			
Итого		**54**	**18**	**36**			

3.3 Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в управление продажами и роль ERP систем
Тема 1. Введение в управление продажами и роль ERP-систем
Ключевые понятия и задачи управления продажами, роль ERP.

Тема 2. Нормативно-справочная информация (НСИ) в 1С:ERP

Суть и задачи НСИ: договоры, справочники партнёров/контрагентов, соглашения, виды цен.

Раздел 2. CRM в 1С:ERP

Тема 1. Встроенная CRM 1С:ERP: структура и настройка

Архитектура CRM в ERP, возможности, настройка стадий, взаимодействие с НСИ.

Тема 2. Планирование продаж: ценообразование и заказы

Планирование продаж, установка и политика цен, работа с акциями и скидками, заказы.

Раздел 3. Исполнение заказов и управление документооборотом

Тема 1. Исполнение заказов: отгрузки, возвраты, претензии

Исполнение заказа, контроли по отгрузкам, возвраты и претензии, сценарии работы менеджера по продажам.

Тема 2. Автоматизация документооборота и бизнес-процессы

Механизмы автоматизации, сценарии оптимизации рутинных процессов.

Раздел 4. Аналитика продаж, отчётность, BI и кредитные лимиты

Тема 1. Аналитика и управленческие отчеты, дашборды и BI

Механизмы отчетности, настройка аналитики, KPI, интеграция с BI-системами.

Тема 2. Автоматизация контроля дебиторской задолженности и кредитных лимитов

Изучение инструментов и методик контроля задолженности, автоматической блокировки/разблокировки заказов, работы с лимитами и заявками на увеличение лимита.

Раздел 5. Лучшие практики автоматизации и проектная работа

Тема 1. Частые ошибки и лучшие практики автоматизации продаж

Разбор кейсов, рекомендации по оптимизации, предотвращение проблем в автоматизации.

Тема 2. Сквозной кейс (проект)

Работа с клиентом в CRM.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1 Семинарские/практические занятия

Не предусмотрены.

3.4.2 Лабораторные занятия

Лабораторная работа 1. Настройка НСИ для планирования продаж

Лабораторная работа 2. Отработка настройки справочников CRM

Лабораторная работа 3. Оформление и обработка заказов

Лабораторная работа 4. Настройка цен, скидок и акций

Лабораторная работа 5. Отработка отгрузок клиентам, а также возвратов и претензий

Лабораторная работа 6. Маршруты согласований и контроль задолженности

Лабораторная работа 7. Построение отчетов и дашбордов

Лабораторная работа 8. Практика по работе с дебиторской задолженностью и кредитными лимитами

Лабораторная работа 9. Сквозной кейс (проект): Регистрация лида или сделки

Лабораторная работа 10. Сквозной кейс (проект): Ведение и квалификация сделки

Лабораторная работа 11. Сквозной кейс (проект): Оформление заказа

Лабораторная работа 12. Сквозной кейс (проект): Резервирование и планирование

Лабораторная работа 13. Сквозной кейс (проект): Выставление счёта и оплата

Лабораторная работа 14. Сквозной кейс (проект): Отгрузка и завершение сделки

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрено

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (уровень бакалавриата) по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.09.2017 №922 «Об утверждении федерального государственного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика. https://fgos.ru/fgos/fgos-09-03-03-prikladnaya-informatika-922/

2.

4.2 Основная литература

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, 2025. — 420 с. — ISBN 978- 5-4497-0695-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART :[сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/97585.html (дата обращения: 05.02.2025). —
Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Валько, Д. В. Маркетинг взаимоотношений на потребительском рынке электронной торговли: концептуальный подход и инструментарий сетевых взаимодействий : монография / Д. В. Валько. — 2-е изд. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 173 с. — ISBN 978-5-4486-0666-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/81482.html (дата обращения: 05.02.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/81482.

3. Терминологический словарь по предметам кафедры «Бизнес-информатика» / составители Я. А. Донченко [и др.]. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2024. — 240 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/108063.html (дата обращения: 03.03.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4.3 Дополнительная литература

1. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж :практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Д ашков и К , Ай П и Э р Медиа, 2025. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/87620.html (дата обращения: 05.02.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Автоматизация процессов взаимодействия с клиентами : учебное пособие (лабораторный практикум) / составители А. Ю. Орлова, А. А. Сорокин. — Ставрополь :Северо-Кавказский федеральный университет, 2025. — 109 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/92673.html (дата обращения: 05.02.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4.4 Электронные образовательные ресурсы

1. Информационно-правовой портал «Гарант»: официальный сайт. – URL: http://www.garant.ru – Текст: электронный.
2. Цифровой образовательный ресурс «IPRsmart»: официальный сайт. – URL: http:// www.iprbookshop.ru/ – Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека «Elibrary.ru»: официальный сайт. – URL: http:// www.elibrary.ru – Текст: электронный.
4. Сетевое издание «Финансы. Проект kp.ru». Программы для бизнеса: официальный сайт. – URL: https://www.kp.ru/money/biznes/programmy-dlya-biznesa/ – Текст: электронный.

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Операционная система, Windows 11 (или ниже)
2. «1С:Предприятие 8» через интернет для учебных заведений https://edu.1cfresh.com/

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. 1С:ИТС: https://its.1c.ru/

5 Материально-техническое обеспечение

Требования к оборудованию и помещению для занятий

Лабораторные работы и самостоятельная работа студентов должны проводиться в специализированной аудитории, оснащенной современной оргтехникой и персональными компьютерами с программным обеспечением в соответствии с тематикой изучаемого материала. Число рабочих мест в аудитории должно быть достаточным для обеспечения индивидуальной работы студентов. Рабочее место преподавателя должно быть оснащены современным компьютером с подключенным к нему проектором на настенный экран, или иным аналогичным по функциональному назначению оборудованием.

Требования к программному обеспечению

Для выполнения лабораторных работ и самостоятельной работы необходимо следующее программное обеспечение:

Microsoft Windows.

Веб-браузер, Chrome.

ПО, предоставленное преподавателем.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Изучение дисциплины осуществляется в строгом соответствии с целевой установкой в тесной взаимосвязи учебным планом. Основой теоретической подготовки студентов являются аудиторные занятия, семинары и практики.

В процессе самостоятельной работы студенты закрепляют и углубляют знания, полученные во время аудиторных занятий, дорабатывают конспекты и записи, готовятся к промежуточной аттестации, а также самостоятельно изучают отдельные темы учебной программы.

На занятиях студентов, в том числе предполагающих практическую деятельность, осуществляется закрепление полученных, в том числе и в процессе самостоятельной работы, знаний. Особое внимание обращается на развитие умений и навыков установления связи положений теории с профессиональной деятельностью будущего специалиста.

Самостоятельная работа осуществляется индивидуально. Контроль самостоятельной работы организуется в двух формах:

самоконтроль и самооценка студента;

контроль со стороны преподавателей (текущий и промежуточный).

Текущий контроль осуществляется на аудиторных занятиях, промежуточный контроль осуществляется на зачете в письменной (устной) форме.

Критериями оценки результатов самостоятельной работы студента являются:

уровень освоения студентом учебного материала;

умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;

сформированность компетенций;

оформление материала в соответствии с требованиями.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания могут быть составлены для различных видов учебной работы, в том числе аудиторной, самостоятельной, подготовки к текущему контролю и промежуточной аттестации.

При проведении лекций, семинарских (практических) занятий, самостоятельной работы обучающихся применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения обучающихся в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и обучающиеся) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

– творческое задание. Выполнение творческих заданий требует от обучающегося воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем,

и требующей творческого подхода;
– групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижении лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.
В ходе освоения дисциплины при проведении контактных занятий используются следующие формы обучения, способствующие формированию компетенций: лекции-дискуссии; кейс-метод; решение задач; ситуационный анализ; обсуждение рефератов и докладов; разработка групповых проектов; встречи с представителями государственных и
общественных организаций.

7 Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: практические работы, зачет.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине.

Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.				
УК-1.1. Знать: Принципы сбора, отбора и обобщения информации Методики системного подхода для решения профессиональных задач **УК-1.2. Уметь:** Анализировать и систематизировать разнородные данные. Оценивать эффективность процедур анализа	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие материалу дисциплины знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3).	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Свободно оперирует приобретенными знаниями.

проблем и принятия решений в профессиональной деятельности **УК-1.3. Владеть:** Навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками. Методами принятия решений		ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	при аналитических операциях.	
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. Знать: Необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы. Методологические основы принятия управленческого решения **УК-2.2. Уметь:** Анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов. Разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ **УК-2.3. Владеть:** Методиками разработки целей и задач проекта Методами оценки продолжительности	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие материалу дисциплины знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3).	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Свободно оперирует приобретенными знаниями.

и стоимости проекта. Методами оценки потребности в ресурсах.		новые ситуации.		
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.				
УК-3.1. Знать: Типологию и факторы формирования команд. Способы социального взаимодействия **УК-3.2. Уметь:** Действовать в духе сотрудничества. Принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации. Проявлять уважение к мнению и культуре других. Определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста **УК-3.3. Владеть:** Навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия.	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие материалу дисциплины знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3).	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Свободно оперирует приобретенными знаниями.

Методами оценки своих действий, планирования и управления временем				
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).				
УК-4.1. Знать: Принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках. Требования к деловой устной и письменной коммуникации. **УК-4.2. Уметь:** Применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию. **УК-4.3. Владеть:** Методикой составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие материалу дисциплины знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3).	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Свободно оперирует приобретенными знаниями.
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.				

УК-6.1. Знать: Основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда. **УК-6.2. Уметь:** Демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории. **УК-6.3. Владеть:** Способами управления своей познавательной деятельностью и удовлетворять образовательные интересы и потребности.	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие материалу дисциплины знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3).	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Свободно оперирует приобретенными знаниями.
ПК-2. Способен работать над проектами в корпоративных информационных систем и контролировать ход их работ.				
ПК-2.1. Знать: критерии и порядок назначения членов команды проекта на выполнение работ по проекту в соответствии с планами проекта и требуемой квалификацией;	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие материалу дисциплины знаний,	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п.

перечень и типы договоров которые необходимо заключить при создании ИС; порядок рабочих согласований документации ИС; порядок формального контроля договорных обязательств по срокам поставки ИС и платежей о рисках в проектах в области ИТ **ПК-2.2. Уметь:** осуществлять контроль выполнения работ по анализу требований и анализ требований в соответствии с утвержденным планом организовать проведение приемо-сдаточных испытаний ИС; оценить эффективность работы команды проекта; проводить аудит качества ИС; производить оценку достижения целей фазы ЖЦ проекта; осуществить оценку работы персонала в проекте	указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3).	3). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	3). Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	3). Свободно оперирует приобретенными знаниями.

ПК-2.3. Владеть: навыками разрабатывать код ИС и баз данных ИС; навыками формального физического аудита конфигурации ИС				
ПК-4. Способен руководить процессами разработки, отладки, проверки работоспособности и модификации программного обеспечения, их организация и управление ресурсами.				
ПК-4.1. Знать: стандарты в области технического документирования; мировые тенденции в области технической коммуникации; требования к квалификации специалистов отдела технического документирования **ПК-4.2. Уметь:** выявить целевую аудиторию документа, выяснение ее задач, потребностей в информации, уровня подготовки выявить и согласовать цель создания системы автоматизированной разработки	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие материалу дисциплины знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3).	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Свободно оперирует приобретенными знаниями.

технической документации; производить диагностику потребностей предприятия или организации в области технической коммуникации; разрабатывать техническую документацию ИС; разрабатывать руководства для пользователей ИС; разрабатывать план управления документацией; разрабатывать план управления проектом и частных планов (управления качеством, персоналом, рисками, стоимостью, содержанием, временем, субподрядчиками, закупками, изменениями, коммуникациями); **ПК-4.3. Владеть:** навыками обеспечения использования актуальных версий документов; навыками опроса экспертов по предметной области;				

навыками сбора исходных сведений и материалов; навыками создания шаблонов для работы в текстовых процессорах.				

7.3 Оценочные средства

7.3.1 Текущий контроль

Защита лабораторных работ.

Устный опрос

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Показатели оценивания:

1) полнота и правильность ответа;
2) степень осознанности, понимания изученного;
3) языковое оформление ответа.

Критерии оценивания устного опроса:

5 баллов ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

4 балла ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для 5 баллов, но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

3 балла ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положжений темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

2 балла ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Тестирование (текущий и промежуточный контроль)

до 51% - неудовлетворительно

51%-80% - удовлетворительно

81% - 90% - хорошо

91% - 100% - отлично

Решение задач

5 баллов ставится, если задача решена полно и правильно. Обучающийся выявил все аспекты, имеющие значение для решения задачи. Приведены указания нормативно-правовых актов, на основании которых принималось решение. Ответ является логичным и последовательным, все аргументы основываются на нормах права.

Если решение задачи расходится с указанным в критериях оценки ответов, оно также может быть оценено на оценку «отлично», если предложенный вариант решения является логичным, тщательно обоснованным и основан на действующих нормах права.

4 балла ставится, если Задача решена достаточно полно и правильно. Автор выявил все основные аспекты, имеющие значение для решения задачи. Приведены указания нормативно-правовых актов, на основании которых принималось решение. Пропущен ряд важных деталей или уделено внимание посторонним аспектам. Допущено несколько незначительных ошибок.

3 балла ставится, обучающийся выявил все основные аспекты, имеющие значение для решения задачи. Задача решена в целом правильно, однако неполно или с существенны-ми ошибками. Логика работы недостаточно хорошо выстроена.

2 балла ставится, если ответ отсутствует полностью. Ответ не соответствует содержанию задачи или неправильно определены применимые источники права. Отдельные фрагментарные правильные аргументы и ссылки на источники не позволяют оценить выполненную работу положительно.

Доклад

5 баллов при выполнении следующих условий:

1. В раскрыты следующие вопросы:

- суть рассматриваемого аспекта и причину его рассмотрения,
- описание существующих для данного аспекта проблем и предлагаемые пути их решения.

2. Соблюдение регламента при представлении доклада.

3. Представление, а не чтение материала.

4. Использование актуальных нормативно-правовых актов, монографических и периодических источников литературы.

5. Четкость дикции.

6. Правильность и своевременность ответов на вопросы.

7. Доклад сопровождается презентацией

4 балла: невыполнение любых двух из указанных условий.

3 балла : невыполнение любых трех из указанных условий.

2 балла: невыполнение любых четырех из указанных условий.

7.3.2 Промежуточная аттестация

Зачет

Вопросы по дисциплине

1. Определение понятия «Управление продажами».
2. Основной функционал менеджера по продажам в организации.

3. Основные категории продаж в организации.
4. Основное отличие типов продаж B2B и B2C.
5. Понятие прямые продажи, непрямые продажи. Субъекты непрямых продаж в организации.
6. Контактные аудитории как объект продаж. Виды контактных аудиторий.
7. Воронка продаж. Принципы организации воронки продаж. Коэффициент конверсии.
8. Назначение CRM-системы для организации. Почему организация вынуждена формировать в своей структуре систему управления продажами.
9. Краткий функционал современных систем CRM. Основные виды CRM-систем.
10. Факторы, которые следует учитывать организации при выборе информационных систем управления с CRM функционалом.
11. Отличие saas и standalone решений CRM-систем.
12. Основная информация, которая хранится в карточке покупателя (блок системы CRM «Коммуникация с покупателем»).
13. Требования к формированию календарного плана в CRM-системе.
14. Использование блока «Формирование документов» для ускорения и частичной автоматизации рутинных задач.
15. Внешняя среда фирмы: сущность, значение. Факторы внешней среды.
16. Внутренняя среда: сущность, значение. Факторы внутренней среды. Ключевые факторы успеха (КФУ).
17. Рыночная конъюнктура: значение, факторы и показатели.
18. Емкость рынка. Методы расчета емкости рынка
19. Маркетинговые решения по стимулированию сбыта.
20. Методы изучения потребителей. АВС– анализ потребителей.
21. Реклама, ее сущность и основные виды. Эффективность рекламы.
22. Изучение конкурентов: цель и задачи, методы, формы.
23. Система ФОССТИС: сущность, задачи, основные средства.
24. Методическое и информационное обеспечение исследования рынка.
25. Сегментирование рынка. «Рыночное окно» и «рыночная ниша».
26. Маркетинговая деятельность на стадии «роста» ЖЦТ.
27. Основные методы сбора информации: опрос, наблюдение, эксперимент, панельное исследование.
28. Продвижение продукции на рынок (коммуникационная политика). Средства комплекса продвижения продукции: сущность, виды и назначение.
29. Целевой рынок. Факторы, влияющие на выбор целевых рынков.
30. Системы распределения по степени и способу контроля работы канала сбыта (простая, вертикальная, горизонтальная, многоканальная).
31. SWOT-анализ.
32. Организация товародвижения в каналах распределения.
33. Конкурентоспособность фирмы: сущность и методы оценки.
34. Ценовая политика для рынка новых товаров.
35. Оптовая и розничная торговля (виды торговых посредников).
36. Дифференциация товаров на рынке. Виды дифференциации товаров.
37. Концепция жизненного цикла товара.
38. Цена и ценовая политика фирмы. Маркетинговые ориентации в установлении базовых цен.
39. Внутренняя среда: сущность, значение. Факторы внутренней среды. Ключевые факторы успеха (КФУ).
40. Товар и товарная политика. Классификация товаров и услуг. Трехуровневый анализ товара.
41. Конкурентоспособность товара: сущность и методы оценки.
42. Основные аспекты товарной политики.

43. Внутренняя среда: сущность, значение. Факторы внутренней среды. Ключевые факторы успеха (КФУ).
44. Товар и товарная политика. Классификация товаров и услуг. Трехуровневый анализ товара.
45. Методика BCG (Boston Consulting Group).

Тестовые задания по дисциплине
«Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами»»

1. Типичная задача менеджера по продажам это:
А) поиск клиента.
Б) презентация продукта.
В) контроль и обеспечение сделки по продаже.
Г) привлечение клиента в компанию.
2. Фирмы оптовой торговли действуют преимущественно на рынке.
А) клиентурный рынок;
Б) рынок предприятий;
В) рынок промежуточных продавцов – организации, приобретающие товары для их последующей перепродажи;
3. Данные, извлекаемые маркетологами из документации своего предприятия, относятся к
А) первичной информации
Б) внешней информации
В) вторичной внешней
Г) вторичной внутренней информации.
4. Вы работаете в фирме-ритейлере, занимающейся поставками пищевой продукции в супермаркеты г. Москвы. Вам нужно оценить количество фирм, занимающихся в Москве подобным бизнесом, ассортимент их поставок. Для этого лучше использовать источники:
А) статистические ежегодники Росстата;
Б) справочники по фирмам;
В) диалоговые базы данных;
Г) специализированную прессу, посвященную проблемам отрасли.
5. Метод получения информации непосредственно от респондентов:
А) наблюдение;
Б) анализ документа;
В) опрос;
Г) эксперимент;
6. Источником первичной информации при опросе является:
А) пациент;
Б) реципиент;
В) оппонент;
Г) респондент.
7. Тип вопросов анкеты, предназначенных для проверки логического соответствия и искренности ответов респондентов:
А) контрольные;
Б) вводные;
В) основные;
Г) фильтры.
8. Вопросы, задаваемые с целью отбора компетентных респондентов. называются:
А) контактные;
Б) контрольные;
В) фильтры;
Г) предварительные

9. Вопрос анкеты, содержащий все возможные варианты ответов на него, называется:
А) закрытый;
Б) открытый;
В) полузакрытый;
Г) интервальный.
10.Ваша фирма производит товары промышленного назначения. Запасные части для автосборочных заводов. Назовите целевую группу ваших потребителей:
А) Семьи или домохозяйства;
Б) Посредники;
В) Снабженцы (представители фирм);
Г) Чиновники.
11.Вы занимаетесь поставкой замороженных готовых обедов (форма быстрого питания, не требующая готовки). С некоторой вероятностью вашей целевой группой потребителей будут:
А) Семьи или домохозяйства;
Б) Индивидуальные потребители (в первую очередь);
Б) Посредники;
В) Снабженцы (представители фирм);
Г) Чиновники.
12.Человек летит в другую страну, для того, чтобы приобрести только что появившийся уникальный товар, не продающийся на местном рынке. С точки зрения быстроты реакции на товарную новинку его можно отнести к категории потребителей:
А) «Новаторы»;
Б) «Адепты»;
В) «Прогрессисты»;
Г) «Скептики»;
Д) «Консерваторы».
13.Контактной аудиторией для производителя являются:
А) поставщики;
Б) клиентура;
В) средства массовой информации;
Г) конкуренты.
14. Какие преимущества дает менеджеру по продажам ведение базы данных клиентов в CRM-системе:
А) Гарантия от потерь информации;
Б) Экономия времени;
В) Возможность выделиться перед руководством в выгодном свете;
Г) Надежнее удержать клиента.
15.Охарактеризуйте назначение типичной CRM-системы:
А) Система, позволяющая автоматизировать процесс отгрузки товара со склада;
Б) Система, предназначенная для ведения бухгалтерского учета на предприятии;
В) Система, предназначенная для отправки электронных сообщений клиентам;
Г) Система управления взаимоотношениями с клиентами,в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов.
16.Система, которая хранит данные о движении продаж на удаленных серверах, при необходимости скачивая нужную информацию на клиентское устройство, относится к категории:

А) SAAS- система.
Б) Standalone- система;
В) централизованная система;
Г) Многосерверная система.
17.Модуль «Коммуникация с потребителем» в рамках CRM-системы позволяет:
А) составлять календарный план реализации услуг потребителю;
Б) учитывать и калькуллировать стоимость услуги;
В) руководителю организации контролировать процесс реализации продаж;
Г) Пересылать организационно-распорядительные документы.
18.При коммуникации с клиентом возникла необходимость перенести назначенную с менеджером встречу на другой день. Какой именно блок системы будет задействован?
А) Коммуникация с потребителем;
Б) Автоматизация бизнес-процессов;
В) Формирование документов;
Г) Календарный план работы.
19.Отметьте блоки CRM-системы, которые облегчают заключение сделки с клиентом.
А) планирование задач;
Б) автоматизация бизнес-процессов;
В) формирование документов;
Г) календарный план работы.
20.В чем необходимость блока «автоматизация бизнес-процессов» в CRMсистеме?
А) позволяет быстрее рассчитать стоимость услуги;
Б) позволяет автоматически сформировать нужный документ;
В) позволяет формировать типовые сценарии рутинной деятельности по продажам и автоматически запускать их;
Г) позволяет хранить и накапливать в базе данных информацию о движении финансов организации.
21.Сегментация рынка — это:
А) разделение территории рынка на отдельные сегменты;
Б) стратегия выборочного проникновения на рынок;
В) структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах;
Г) разбивка рынка на четкие группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары или комплексы маркетинга.
22.При расчете цены товара на основе затратных методов маркетологи в первую очередь опираются на …
А) Уровень рыночных цен в регионе
Б) Цены ближайших конкурентов
В) Издержки фирмы, которые она несет при производстве товара
Г) Уровень покупательского спроса
23.К рыночным методам ценообразования относится метод…
А) агрегатный метод
Б) анализа пика убытков и прибылей
В) удельных показателей
Г) «издержки плюс прибыль»
24.Прейскурантный метод ценообразования основан на:
А) анализе прейскурантов на конкурирующие товары;
Б) определении величины издержек;
В) определении величины издержек и плановой прибыли;
Г) принципе непротиворечивости цен на товары, находящиеся в едином

списке.
25.Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следующий фактор:
А) цена;
Б) издержки;
В) соотношение цены и качества;
С) соотношение выгод и затрат.
26.Порог рентабельности для продукции фирмы означает:
А) ситуацию, когда переменные издержки превышают постоянные;
Б) ситуацию, когда маржинальная прибыль является максимальной;
Б) когда получена нулевая прибыль.
Г) получен убыток и существует вероятность банкротства.
27.В товарном ассортименте фирмы 70% продаж обеспечивает модель стоимостью 50 долл. 10 и 20% модели стоимостью 19 долл. и 120 долл. Определите к какому диапазону цен относится товар-«звезда»?
А) низкому;
Б) среднему;
В) высокому.
28.Канал распределения – это?
А) способ распространения рекламы;
Б) совокупность организации или лиц, принадлежащих производителю;
В) с помощью почты;
Г) все ответы верны;
Д) правильного ответа нет.
29.Широта канала распределения означает?
А) число посредников на одном уровне канала распределения;
Б) количество реализуемых товарных групп;
В) число уровней канала распределения;
Г) правильного ответа нет.
30.Стимулирование торговых посредников не используются такие средства как…
А) Праздничные купоны;
Б) Предоставление оборудования;
В) Льготные кредиты;
Г) Бонусные скидки.

Пример билета.

БИЛЕТ №1

1. В чем заключается основная цель автоматизации процессов продаж на предприятии?

2. Что такое воронка продаж и как она отражается в 1С:ERP?

3. Какие этапы включает внедрение модуля управления продажами?