

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИН

Системы управления взаимоотношения с клиентами

**Кафедра Бизнес- информатики и высшей математики
Факультета управления**

Образовательная программа
38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль) программы:
Корпоративные информационные системы

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
очная

Статус дисциплины:
входит в модуль профильной направленности ОПОП

Махачкала, 2022 год

Рабочая программа дисциплины "Системы управления взаимоотношений с клиентами" составлена в 2022 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки: 38.03.05 "Бизнес-информатика" от «29» июля 2020г. №838.

Разработчик(и): кафедра БИиВМ, ШамхаловаЭ. А. к.э.н., доцент

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры бизнес-информатики и высшей математики

от «16» 03 2022 г., протокол № 4.

Зав. кафедрой Н.О. Омарова Н.О.

на заседании учебно-методической комиссии факультета управления от

«16» 03 2022 г., протокол № 6.

Председатель Л.Г. Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением «81» 03 2022 г.

Начальник УМУ А.Г. Гасангаджиева А. Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Системы управления взаимоотношения с клиентами» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.05 «Бизнес-информатика», направленности(профиль) Корпоративные информационные системы.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой Бизнес-информатика и высшей математики.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с различными аспектами систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-систем) и автоматизации их бизнес-процессов.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональные - ОПК-5, профессиональные-ПК-1.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущего контроля успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме зачета и экзамена.

Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 108ч.

Семестр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Всего	из них						
Лекции		Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	Консультации			
5	108	10	10	10	-	-	42	Экзамен(36)

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Системы управления взаимоотношения с клиентами" является:

- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.
- формирование у бакалавров системы знаний и практических навыков по управлению взаимоотношениями с клиентами с применением современных CRM-системы.

Задачами изучения дисциплины «Системы управления взаимоотношения с клиентами» являются: формирование у обучающихся понятий об организационно-функциональной структуре CRM- систем, целях и задачах автоматизации управления взаимоотношениями с клиентами различных предприятий и организаций; формирование практических навыков оптимального подбора CRM- систем с настройкой на особенности конкретного предприятия, разработки или доработки программных приложений для получения максимально эффективного управления взаимоотношениями с клиентами

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Системы управления взаимоотношения с клиентами» входит в модуль профильной направленности образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика», направленность (профиль) Корпоративные информационные системы.

Входные знания, умения и компетенции бакалавров должны соответствовать дисциплинам

Электронный бизнес

Введение в информационные технологии

Архитектура предприятия

Рынки ИКТ и организация продаж

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенции	Код наименование категории общепрофессиональной компетенции выпускника	Код наименования индикатора достижения общепрофессиональной компетенции выпускника	Результаты обучения	Процедура освоения
	ОПК-5.	ОПК-5.И-1.	Знает	Устный

	Способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационных коммуникационных технологий	Демонстрирует навыки эффективного взаимодействия с клиентами и партнерами.	методы эффективной коммуникации с клиентами и партнерами. Владеет: подготовка контрактов, оформление документации на разработку, приобретение или поставку ИС и ИКТ.	опрос, написание проектных работ, тестирование.
Наименование категории (группы) профессиональных компетенции	Код наименование категории профессиональных компетенции выпускника	Код наименования индикатора достижения профессиональных компетенции выпускника	Результаты обучения	Процедура освоения
	ПК-1 Автоматизация основных и вспомогательных процессов предприятия	ПК-1.И-2. Производит анализ процессов предприятия на основе интервьюирования, наблюдения, анализа документации и иных методов.	Знает способы использования данных для анализа и автоматизации процессов предприятия; Умеет применять методы моделирования для анализа и автоматизации процессов предприятия; применять эталонные модели и лучшие практики для	Устный опрос, написание проектных работ.

			улучшения процессов предприятия; Владеет методами анализа процессов предприятия на основе интервьюирования, наблюдения, анализа документации и иных методов.	
--	--	--	---	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения – очная

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточн ой аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторн ые занятия	Контроль самост. раб.	Самостоятел ьная работа	
	Модуль 1. Понятие, состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами								
1.	Предмет и основные понятия курса	5	1-2	1	1	-	-	8	Опрос, тестирование.
2.	Концепция и методология CRM	5	3-4	1	1	2	-	8	Опрос, тестирование.
3.	Процессный подход к CRM	5	5-6	2	2	2	-	8	Опрос.

	<i>Итого по модулю 1:</i>	36	1-6	4	4	4	-	24	Контрольная работа.
	Модуль 2. Разработка конфигурации CRM-системы на платформе 1С								
1.	Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С.	2	7-10	2	2	2	-	9	Опрос.
2.	Настройки конфигурации CRM-системы на платформе 1С	2	11-12	4	4	4	-	9	Опрос.
	<i>Итого по модулю 2:</i>	36	1-14	6	6	6	-	18	Контрольная работа.
ИТОГО:		108		10	10	10	-	42	Экзамен(36)

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1. Понятие, состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами

Тема 1. Предмет и основные понятия курса.

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами учебного плана. Цели и задачи изучения дисциплины. Основные понятия дисциплины. Клиенто-ориентированный маркетинг в структуре современной организации. История возникновения и развития клиенто-ориентированного маркетинга. Потенциалы клиента для развития организации как фактор возникновения и совершенствования CRM. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами. Потенциал CRM в клиенто-ориентированном маркетинге.

Тема 2. Концепция и методология CRM.

Обзор автоматизированных систем управления деятельностью организации. Функциональные особенности и направленность корпоративных информационных систем. Место CRM-систем среди корпоративных информационных систем. История развития CRM. Концепция и методология CRM. Функции CRM-систем. Цели использования CRM-систем. Классификация CRM-систем. Функциональные особенности CRM систем различных типов. Программы лояльности. Управление лояльностью с применением CRM-систем. Тренды и прогнозы по объему рынка CRM.

Тема 3. Процессный подход к CRM.

Понятия «процессный подход», «бизнес-модель», «бизнес-процесс» в управлении взаимоотношениями с клиентами. Методологии процессно-ориентированного подхода к моделированию

деятельности организации. Технологии и инструментальные среды для описания бизнес-процессов организации. Взаимосвязь «бизнес-модель» - CRM-система. Приведение в соответствие регламентов организации и концепции CRM.

Модуль 2. Разработка конфигурации CRM-системы на платформе 1С

Тема 3. Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С.

Установка конфигурации «1С: Предприятие CRM». Создание новой информационной базы. Защита решения. Настройка сервера лицензирования. Мастер настройки 1С: CRM. Настройка параметров учета и настроек пользователя. Настройка разделов 1С: CRM. Главное, Клиенты, Органайзер, Маркетинг, Процессы, проекты, Отчеты.

Тема 4. Настройки конфигурации CRM-системы на платформе 1С

Общие настройки, клиенты и продажи, маркетинг, бизнес-процессы, оповещения, настройка отправки SMS, интеграция с телефонией, сторонние сервисы. Администрирование. Обмен с бухгалтерией. Нормативно-справочная информация. Настройка модуля клиенты и маркетинг.

4.3.2. Содержание лабораторно-практических занятий по дисциплине.

Лабораторные работы (лабораторный практикум)

1. Лабораторная работа №1: 1С:CRM. Управление клиентской базой
2. Лабораторная работа №2: 1С:CRM. Управление рабочим временем (таймменеджмент).
3. Лабораторная работа №3: 1С:CRM. Аналитическая отчетность.
4. Лабораторная работа №4: 1С:CRM. Дополнительные возможности
5. Лабораторная работа №5: Создание конфигурация ЛИС на платформе 1С. Создание подсистем и справочников
6. Лабораторная работа №6: Создание документа «Анкета клиента». Работа с формой. Регистры. Проведение документов.
7. Лабораторная работа №7: Документы сервисного и гарантийного учета. Управление обращениями клиентов.
8. Лабораторная работа №8: Обеспечение массового обзвона клиентов. Рассылки по электронной почте

Содержание практических занятий по дисциплине.

Модуль 1. Понятие, состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами

Тема 1. Предмет и основные понятия курса.

1. Клиенто-ориентированный маркетинг в структуре современной организации.
2. История возникновения и развития клиенто-ориентированного маркетинга. Потенциалы клиента для развития организации как фактор возникновения и совершенствования CRM.
3. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами.

Тема 2. Концепция и методология CRM.

1. Обзор автоматизированных систем управления деятельностью

организации.

2. Концепция и методология CRM. Функции CRM-систем. Цели использования CRM-систем. Классификация CRM-систем. Функциональные особенности CRM -систем различных типов.

3. Программы лояльности. Управление лояльностью с применением CRM-систем. Тренды и прогнозы по объему рынка CRM.

Тема 3. Процессный подход к CRM.

1. Понятия «процессный подход», «бизнес-модель», «бизнес-процесс» в управлении взаимоотношениями с клиентами.

2. Методологии процессно-ориентированного подхода к моделированию деятельности организации. Технологии и инструментальные среды для описания бизнес-процессов организации.

3. Взаимосвязь «бизнес-модель» - CRM-система. Приведение в соответствие регламентов организации и концепции CRM.

Модуль 2. Разработка конфигурации CRM-системы на платформе 1С

Тема 3. Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С.

1. Установка конфигурации «1С: Предприятие CRM».
2. Мастер настройки 1С: CRM. Настройка параметров учета и настроек пользователя. Настройка разделов 1С: CRM. Главное, Клиенты, Органайзер, Маркетинг, Процессы, проекты, Отчеты.

Тема 4. Настройки конфигурации CRM-системы на платформе 1С

1. Общие настройки, клиенты и продажи, маркетинг, бизнес-процессы, оповещения, настройка отправки SMS, интеграция с телефонией, сторонние сервисы.
2. Обмен с бухгалтерией. Нормативно-справочная информация. Настройка модуля клиенты и маркетинг.

5. Образовательные технологии.

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

При ведении семинарских занятий по данной дисциплине используются такие стандартные методы обучения, как тестирование, фронтальный опрос, индивидуальный опрос, метод малых групп и т.п.

При ведении занятий определенное количество часов (17 часов) отведено интерактивным формам. Лекции при этом проводятся с использованием средств визуализации лекционного материала (мультимедийных презентаций) и применением таких методов и технологий, как дискуссия, проблемная лекция и т.п. При проведении семинаров в интерактивной форме используются следующие методы: дебаты, круглый

стол, мини-конференция и т.п.

Кроме того, в процессе изучения дисциплины с целью повышения качества обучения предполагается использование научно-исследовательской работы студентов.

Вузовская лекция должна выполнять не только информационную функцию, но также и мотивационную, воспитательную и обучающую.

Информационная функция лекции предполагает передачу необходимой информации по теме, которая должна стать основой для дальнейшей самостоятельной работы студента.

Мотивационная функция должна заключаться в стимулировании интереса студентов к науке. На лекции необходимо заинтересовывать, озадачивать студентов с целью выработки у них желания дальнейшего изучения той или иной экономической проблемы.

Воспитательная функция ориентирована на формирование у молодого поколения чувства ответственности, закладку нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения.

Обучающая функция реализуется посредством формирования у студентов навыков работы с первоисточниками и научной и учебной литературой.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Самостоятельная работа по дисциплине «Система электронного документооборота» предусматривает: работу с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуальному заданию, поиск, анализ, структурирование и презентация информации, исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях и семинарах, анализ научных публикаций по заранее определенной преподавателем теме.

Примерное распределение времени самостоятельной работы студентов

Вид самостоятельной работы	Примерная трудоемкость, а.ч. (очно-заочная)
Текущая СРС	
работа с лекционным материалом, с учебной литературой	5
опережающая самостоятельная работа (изучение нового	5

материала до его изложения на занятиях)	
самостоятельное изучение разделов дисциплины	5
подготовка к лабораторным работам, к практическим и семинарским занятиям	7
подготовка к контрольным занятиям, коллоквиумам, зачетам	5
подготовка к экзамену (экзаменам)	
другие виды СРС (указать конкретно)	
Творческая проблемно- ориентированная СРС	
выполнение расчётно- графических работ	
выполнение курсовой работы или курсового проекта	
поиск, изучение и презентация информации по заданной проблеме, анализ научных публикаций по заданной теме	5
исследовательская работа, участие в конференциях, олимпиадах, семинарах, конкурсах, грантах	5
анализ данных по заданной теме, выполнение расчётов, составление схем и моделей на основе собранных данных	5
другие виды ТСРС (указать конкретно)	
Итого СРС:	42

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме экзамен.

Вопросы к экзамену

Тема 1. Предмет и основные понятия курса.

- 1.Взаимосвязь курса с другими дисциплинами учебного плана.
- 2.Цели и задачи изучения дисциплины.
- 3.Основные понятия дисциплины.
- 4.Клиенто-ориентированный маркетинг в структуре современной организации.
- 5.История возникновения и развития клиенто-ориентированного маркетинга.
- 6.Потенциалы клиента для развития организации как фактор возникновения и совершенствования CRM.
- 7.Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами.
- 8.Потенциал CRM в клиенто-ориентированном маркетинге.
- 9.Обзор автоматизированных систем управления деятельностью организации.
- 10.Функциональные особенности и направленность корпоративных информационных систем.

11. Место CRM-систем среди корпоративных информационных систем.
12. История развития CRM.
13. Концепция и методология CRM.
14. Функции CRM-систем.
15. Цели использования CRM-систем.
16. Классификация CRM-систем.
17. Функциональные особенности CRM систем различных типов.
18. Программы лояльности.
19. Управление лояльностью с применением CRM-систем.
20. Тренды и прогнозы по объему рынка CRM.
21. Понятия «процессный подход», «бизнес-модель», «бизнес-процесс» в управлении взаимоотношениями с клиентами.
22. Методологии процессно-ориентированного подхода к моделированию деятельности организации.
23. Технологии и инструментальные среды для описания бизнес-процессов организации.
24. Взаимосвязь «бизнес-модель» - CRM-система.
25. Приведение в соответствие регламентов организации и концепции CRM.
26. Установка конфигурации «1С: Предприятие CRM».
27. Создание новой информационной базы.
28. Защита решения.
29. Настройка сервера лицензирования.
30. настройки 1С: CRM. Настройка параметров учета и настроек пользователя. Настройка разделов 1С: CRM. Главное, Клиенты, Органайзер, Маркетинг, Процессы, проекты, Отчеты.
31. Общие настройки, клиенты и продажи, маркетинг, бизнес-процессы, оповещения, настройка отправки SMS, интеграция с телефонией, сторонние сервисы.
32. Администрирование. Обмен с бухгалтерией.
- 33.-справочная информация.
34. Настройка модуля клиенты и маркетинг.

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

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются

баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:
«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов
«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-100 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-50	неудовлетворительно
51-65	удовлетворительно
66-85	хорошо
86-100	отлично

Например:

Оценки, полученные за **аудиторную работу** на практических занятиях, например: 55 баллов, 40 баллов, 60 баллов

Оценки, полученные за **самостоятельную работу**, например: за доклад 70 баллов

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) Основная литература

1. Мхитарян, С. В. Системы управления взаимоотношениями с клиентами : учебное пособие / С. В. Мхитарян, М. В. Маркова. — Москва : Евразийский открытый институт, 2011. — 150 с. — ISBN 978-5-374-00518-9. — Текст : электронный // Электроннобиблиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/10826.html> (дата обращения: 22.06.2021).
2. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с. — ISBN 978-5-4497-0695-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/97585.html> (дата обращения: 22.06.2021).

в) дополнительная литература

1. Вичугова А.А. Инструментальные средства информационных систем [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Вичугова. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский политехнический университет, 2015. — 136 с. — ISBN 978-5-4387-0574-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/55190.html> (дата обращения: 22.06.2021).
2. Основы конфигурирования в системе «1С:Предприятие 8.0» : учебное пособие / . — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 222 с. — ISBN 978-5-4497-0876-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102027.html> (дата обращения: 22.06.2021)

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- 1) eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон.б-ка.- Москва, 1999-.Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.- Яз.рус., англ.

2) Moodle [Электронный ресурс]:система виртуального обучением:[база данных]/Даг. гос. ун-т.- Махачкала, г.- Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет.- URL: <http://moodle.dgu.ru/>.

3)Электронный каталог о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/ Дагестанский государственный университет - Махачкала, 2010- Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Оптимальным путем освоения дисциплины является посещение всех лекций, практических занятий и выполнение предлагаемых заданий в виде рефератов, докладов, тестов и устных вопросов.

Лекционный курс

Во время лекции студент должен вести краткий конспект. Работа с конспектом лекций предполагает просмотр конспекта в тот же день после занятий. При этом необходимо пометить материалы конспекта, которые вызывают затруднения для понимания. При этом обучающийся должен стараться найти ответы на затруднительные вопросы, используя рекомендуемую литературу. Если ему самостоятельно не удалось разобраться в материале, необходимо сформулировать вопросы и обратиться за помощью к преподавателю на консультации или ближайшей лекции.

Практические занятия

Практические занятия по курсу "Системы управления взаимоотношения с клиентами" имеют цель приобретения практических навыков выбора способа автоматизации конкретного предприятия, в частности выбора информационной системы для конкретных применений на основании анализа общих свойств, функциональных возможностей и особых требований.

При подготовки к экзамену в дополнение к изучению конспектов лекций, учебных пособий и слайдов, необходимо пользоваться учебной литературой, рекомендованной к настоящей программе. При подготовке к экзамену нужно изучить определения всех понятий и теоретические подходы до состояния понимания материала.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработан учебный курс на электронном платформе Moodle.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории(405 ауд.,419 ауд. 408 ауд, 434 ауд.), оборудованные

интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.