

**Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

**Направление подготовки/специальность: 38.03.02 Менеджмент**

**Наименование образовательной программы: Информационный менеджмент в бизнес-системах**

**Уровень образования: высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения: Очная**

**Оценочные материалы  
по дисциплине  
Управление взаимоотношениями с клиентами**

**Москва  
2022**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

|  |                                                    |                                 |
|--|----------------------------------------------------|---------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                                 |
|  | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                                 |
|  | Владелец                                           | Колесникова О.В.                |
|  | Идентификатор                                      | R3162f4d9-KolesnikovaOV-4017a20 |

(подпись)

О.В.

Колесникова

(расшифровка  
подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

|  |                                                    |                             |
|--|----------------------------------------------------|-----------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                             |
|  | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                             |
|  | Владелец                                           | Орлова Е.С.                 |
|  | Идентификатор                                      | Rb8ff0f77-OrlovaYS-0ceb9397 |

(подпись)

Е.С. Орлова

(расшифровка  
подписи)

Заведующий  
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

|  |                                                    |                               |
|--|----------------------------------------------------|-------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                               |
|  | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                               |
|  | Владелец                                           | Кетоева Н.Л.                  |
|  | Идентификатор                                      | R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c5 |

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(расшифровка  
подписи)

## ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен руководить выполнением типовых задач тактического планирования производства

ИД-1 Демонстрирует понимание ключевых задач профессиональной деятельности

ИД-8 Анализирует отечественный и зарубежный опыт рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики

2. ПК-2 Способен осуществлять управление организацией в условиях возникновения рисков

ИД-2 Выстраивает эффективные коммуникации во внутренней и внешней среде организации

и включает:

**для текущего контроля успеваемости:**

Форма реализации: Письменная работа

1. Взаимоотношения клиентов при сделках и аналитические возможности CRM (Проверочная работа)

2. Персональные ценности личности и сущность концепции CRM (Контрольная работа)

3. Процессы управления клиентами на основе CRM системы (Контрольная работа)

4. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода (Контрольная работа)

5. Теоретические аспекты современных взаимоотношений с клиентами (Контрольная работа)

6. Факторы внутреннего влияния на взаимоотношения с клиентами (Контрольная работа)

## БРС дисциплины

8 семестр

| Раздел дисциплины                                                                                       | Веса контрольных мероприятий, % |      |      |      |      |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                         | Индекс КМ:                      | КМ-1 | КМ-2 | КМ-3 | КМ-4 | КМ-5 | КМ-6 |
|                                                                                                         | Срок КМ:                        | 4    | 6    | 8    | 10   | 12   | 15   |
| «Теоретические аспекты современных взаимоотношений с клиентами»                                         |                                 |      |      |      |      |      |      |
| Основные психологические факторы, определяющие поведение клиента - потребителя                          | +                               |      |      |      |      |      |      |
| Роль информированности и отношения клиентов к то-вару в процессе формирования покупательского поведения | +                               |      |      |      |      |      |      |
| Управление покупателем и моделирование покупательского поведения                                        | +                               |      |      |      |      |      |      |

|                                                                                                     |    |    |    |    |    |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|----|----|
| «Факторы внутреннего влияния на взаимоотношения с клиентами»                                        |    |    |    |    |    |    |
| Методы сбора и обработки информации, инструменты анализа данных                                     |    | +  |    |    |    |    |
| Восприятие и обработка информации                                                                   |    | +  |    |    |    |    |
| «Персональные ценности личности и сущность концепции CRM»                                           |    |    |    |    |    |    |
| Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы как личностные факторы клиента                     |    |    | +  |    |    |    |
| Сущность и принципы концепции CRM                                                                   |    |    | +  |    |    |    |
| «Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода»                                             |    |    |    |    |    |    |
| Состояние рынка и особенности проектов по внедрению систем управления взаимоотношениями с клиентами |    |    |    | +  |    |    |
| Реализация функций маркетинга                                                                       |    |    |    | +  |    |    |
| «Процессы управления клиентами на основе CRM системы»                                               |    |    |    |    |    |    |
| Процесс разработки стратегии CRM                                                                    |    |    |    |    | +  |    |
| Управление клиентами на основе маркетинговых технологий                                             |    |    |    |    | +  |    |
| Поддержка процессов продаж в CRM-системах                                                           |    |    |    |    | +  |    |
| «Взаимоотношения клиентов при сделках и аналитические возможности CRM»                              |    |    |    |    |    |    |
| Взаимоотношения клиентов при сделках                                                                |    |    |    |    |    | +  |
| Аналитические возможности CRM                                                                       |    |    |    |    |    | +  |
| Вес КМ:                                                                                             | 10 | 20 | 20 | 10 | 20 | 20 |

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

## СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

### *I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций*

| Индекс компетенции | Индикатор                                                                                                                                                            | Запланированные результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                         | Контрольная точка                                                                                                                                                |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1               | ИД-1 <sub>ПК-1</sub> Демонстрирует понимание ключевых задач профессиональной деятельности                                                                            | Знать:<br>ключевые задачи профессиональной деятельности<br>Уметь:<br>решать ключевые задачи профессиональной деятельности                                                                                                                                 | Теоретические аспекты современных взаимоотношений с клиентами (Контрольная работа)<br>Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода (Контрольная работа) |
| ПК-1               | ИД-8 <sub>ПК-1</sub> Анализирует отечественный и зарубежный опыт рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики | Знать:<br>производственную деятельность организации в условиях современной экономики<br>Уметь:<br>проводить анализ отечественного и зарубежного опыта рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики | Факторы внутреннего влияния на взаимоотношения с клиентами (Контрольная работа)<br>Процессы управления клиентами на основе CRM системы (Контрольная работа)      |
| ПК-2               | ИД-2 <sub>ПК-2</sub> Выстраивает эффективные коммуникации во                                                                                                         | Знать:<br>правила построения эффективных                                                                                                                                                                                                                  | Персональные ценности личности и сущность концепции CRM (Контрольная работа)<br>Взаимоотношения клиентов при сделках и аналитические возможности                 |

|  |                                        |                                                                                                          |                          |
|--|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|  | внутренней и внешней среде организации | коммуникаций<br>Уметь:<br>выстраивать эффективные коммуникации во внутренней и внешней среде организации | CRM (Проверочная работа) |
|--|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|

## **II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания**

### **КМ-1. Теоретические аспекты современных взаимоотношений с клиентами**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 10

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 45 минут. Работа выполняется индивидуально

#### **Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по пройденному материалу

#### **Контрольные вопросы/задания:**

|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знать: ключевые задачи профессиональной деятельности | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Стратегия управления клиентскими отношениями</li><li>2. "Индустриализация" продаж и маркетинга</li><li>3. Назначение стратегии CRM</li><li>4. Определение термина CRM</li><li>5. Сущность и принципы концепции CRM</li><li>6. Предпосылки возникновения данного подхода</li><li>7. Информационные системы управления взаимоотношения с клиентом (CRM)</li><li>8. Назначение, взаимосвязь с применением концепции CRM</li><li>9. Взаимосвязь с КИС</li><li>10. Классификация и функции, типы CRM</li></ol> |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### **Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

### **КМ-2. Факторы внутреннего влияния на взаимоотношения с клиентами**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 45 минут. Работа выполняется индивидуально

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по пройденному материалу

**Контрольные вопросы/задания:**

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знать: производственную деятельность организации в условиях современной экономики | <ol style="list-style-type: none"><li>1.Основные компоненты систем CRM</li><li>2.Источники эффективности CRM</li><li>3.Источники эффективности CRM</li><li>4.Критерии применимости концепции</li><li>5.Преимущества, получаемые от внедрения CRM</li><li>6.Архитектурные компоненты системы CRM</li><li>7.Интеграция с другими системами</li><li>8.Обзор рынка CRM-решений</li><li>9.Рынок Российских CRM-систем</li><li>10.Основные критерии выбора CRM-системы</li></ol> |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

**КМ-3. Персональные ценности личности и сущность концепции CRM**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 45 минут. Работа выполняется индивидуально

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по пройденному материалу

**Контрольные вопросы/задания:**

|                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знать: правила построения эффективных коммуникаций | <ol style="list-style-type: none"><li>1.Внедрение систем управления взаимоотношениями с клиентами</li><li>2.Точки взаимодействия компании и клиента</li><li>3.Управление взаимоотношениями с партнерами, каналы взаимодействия B2B</li><li>4.Эволюция методов удержания клиентов</li><li>5.Программы лояльности</li><li>6.Особенности CRM-систем в различных сферах деятельности</li><li>7.Внедрение CRM-систем в финансовых</li></ol> |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>организациях (банки, страховые и инвестиционные компании)</p> <p>8.Возможные предложения развития («стратегия второго продукта», кросс-продажи, финансовый консалтинг)</p> <p>9.Проблемы автоматизации клиентского взаимодействия в финансовых организациях</p> <p>10.Стратегические требования к подразделениям, осуществляющим взаимодействие с клиентами</p> |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

**КМ-4. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 10

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 45 минут. Работа выполняется индивидуально

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по пройденному материалу

**Контрольные вопросы/задания:**

|                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Уметь: решать ключевые задачи профессиональной деятельности | <p>1.Лучшие практики применения CRM - систем в различных сферах деятельности</p> <p>2.Обзор направлений развития функций CRM - системы</p> <p>3.Анализ неудач проектов по внедрению CRM-систем</p> <p>4.Основные проблемы российских компаний-производителей при работе с каналами продаж</p> <p>5.Использование CRM-систем в сфере торгового маркетинга</p> <p>6.Внедрение CRM- систем в сфере розничных продаж</p> <p>7.Управление ценой и формирование пакетов услуг</p> <p>8.Внедрение CRM-систем в телекоммуникационных компаниях</p> <p>9.Обслуживание клиентов на основе модели</p> |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                    |
|--|----------------------------------------------------|
|  | ценности<br>10.Расчет доходности/ценности клиентов |
|--|----------------------------------------------------|

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

**КМ-5. Процессы управления клиентами на основе CRM системы**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 45 минут. Работа выполняется индивидуально

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по пройденному материалу

**Контрольные вопросы/задания:**

|                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Уметь: проводить анализ отечественного и зарубежного опыта рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики | 1.Методы удержания клиента<br>2.CRM поддержка маркетинговых кампаний «замкнутого цикла»<br>3.Приемы совершенствования маркетинговых кампаний<br>4.Управление маркетинговыми кампаниями в CRM-системах<br>5.Сегментирование клиентов по стратегии приобретения<br>6.Сегментирование клиентов по реакции на маркетинговые предложения<br>7.Принципы сегментации клиентов. Формирование целевых групп клиентов<br>8.Маркетинговые технологии в CRM- системах<br>9.Маркетинг «по событию», маркетинг «по разрешению», маркетинг отношений и концепция «один на один»<br>10.Эволюция маркетинга: продуктовый маркетинг, прямой маркетинг, целевой маркетинг |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

## **КМ-6. Взаимоотношения клиентов при сделках и аналитические возможности CRM**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Проверочная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС: 20**

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 30 минут. Работа выполняется индивидуально

**Краткое содержание задания:**

Проверочная работа по пройденному материалу

**Контрольные вопросы/задания:**

|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Уметь: выстраивать эффективные коммуникации во внутренней и внешней среде организации | <ol style="list-style-type: none"><li>1.Автоматизация продаж и мобильные решения CRM</li><li>2.CRM-поддержка и контроль функций менеджеров по продажам</li><li>3.Управление потенциальными сделками (функции расчета вероятности совершения сделки)</li><li>4.CRM-поддержка регламента продаж</li><li>5.Интеграция фронт-офисной деятельности</li><li>6.Управление информацией о контактах и контрагентах</li><li>7.Учет, управление, анализ продаж в CRM-системах</li><li>8.Основные функциональные модули и стратегии их использования</li><li>9.Системы автоматизации продаж</li><li>10.Оптимизация каналов продаж</li></ol> |
|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*  
*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется*  
*если задание преимущественно выполнено*

# СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

## 8 семестр

**Форма промежуточной аттестации:** Экзамен

### Пример билета

- 1) Понятие капитала предприятия. Основной капитал предприятия
- 2) Виды денежных потоков
- 3) Практическое задание

### Процедура проведения

Экзамен проводится в устной форме по билетам, время на подготовку к ответу - 45 минут

### *1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины*

**1. Компетенция/Индикатор:** ИД-1<sub>ПК-1</sub> Демонстрирует понимание ключевых задач профессиональной деятельности

### Вопросы, задания

1. Стратегия управления клиентскими отношениями
2. OLAP-технологии (аналитическая обработка в режиме реального времени) в CRM-системах
3. Проблемы интеграции информации о клиентах, хранилища данных

### Материалы для проверки остаточных знаний

1. Какой информационный поток наиболее часто отсутствует в CRM-системе компании, приводящий к устареванию информации о клиенте?

Ответы:

1. 1) получение менеджером информации из единой базы клиентов  
2) внесение информации о клиенте менеджером в единую базу клиентов компании  
3) внесение информации о клиенте менеджером в базу клиентов менеджера

Верный ответ: 2

2. Какая информация должна вводиться менеджером в CRM-систему после телефонного разговора с новым клиентом?

Ответы:

- 1) время звонка
- 2) информация о клиенте
- 3) суть разговора

Верный ответ: 23

3. Какая информация должна вводиться менеджером в CRM-систему после телефонного разговора с существующим клиентом?

Ответы:

1. 1) информация о клиенте  
2) время звонка  
3) суть разговора

Верный ответ: 3

**2. Компетенция/Индикатор:** ИД-8<sub>ПК-1</sub> Анализирует отечественный и зарубежный опыт рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики

**Вопросы, задания**

1. Информационные системы управления взаимоотношения с клиентом (CRM)
2. Определение термина CRM
3. Основные критерии выбора CRM-системы
4. Средства анализа CRM-систем (методы многомерного статистического анализа, средства Data Mining, прогнозирования)

**Материалы для проверки остаточных знаний**

1. Модуль управления процессами CRM-системы

Ответы:

1.
  - 1) определяет процессы, которые выполняются программно
  - 2) определяет процессы, которые выполняются менеджерами
  - 3) определяет процессы, отдельные этапы которых могут выполняться как программно, так и с участием менеджеров

Верный ответ: 3

2. Какая информация должна быть доступна менеджеру с использованием модуля управления контактами?

Ответы:

1.
  - 1) информация о клиенте, хранящаяся в базе модуля автоматизации продаж компании
  - 2) информация о клиенте, хранящаяся в единой базе CRM-системы компании
  - 3) информация, интегрированная из разных систем компании

Верный ответ: 3

3. Управление информацией о клиентах и контрагентах позволяет:

Ответы:

- 1) строить схемы организационной структуры предприятия
  - 2) определить взаимосвязи между людьми
  - 3) определить роль каждого человека в принятии решения о покупке

Верный ответ: 123

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

Ответы:

1.
  - 1) формирование базы по клиентам
  - 2) накопление информации по продажам с клиентом
  - 3) возможности анализа и прогнозирования продаж

Верный ответ: 3

**3. Компетенция/Индикатор:** ИД-2<sub>ПК-2</sub> Выстраивает эффективные коммуникации во внутренней и внешней среде организации

**Вопросы, задания**

1. Управление знаниями в CRM (Knowledge Management Systems)
2. Основные компоненты систем CRM
3. Классификация и функции, типы CRM

## **Материалы для проверки остаточных знаний**

1. Какие события по взаимодействию с клиентом необходимо заносить в CRM-систему?

Ответы:

1. 1) только те события, которые привели к продаже продукта
- 2) изменение реквизитов или контактной информации клиента
- 3) любые события, связанные с клиентом

Верный ответ: 3

2. Модуль управления процессами CRM-системы

Ответы:

1. 1) позволяет исключить влияние человеческого фактора в процессе продаж
- 2) позволяет уменьшить влияние человеческого фактора в процессе продаж
- 3) позволяет увеличить влияние человеческого фактора в процессе продаж

Верный ответ: 2

3. Какие преимущества дает система автоматизации продаж?

Ответы:

- 1) сбор информации по каждому клиенту
- 2) увеличение скорости поиска информации о клиенте
- 3) автоматизация операций документирования деятельности менеджера
- 4) рост числа сделок

Верный ответ: 123

## **II. Описание шкалы оценивания**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно

## **III. Правила выставления итоговой оценки по курсу**

Оценка выставляется из расчёта среднего арифметического значения оценки семестровой составляющей по текущему контролю успеваемости и оценки за промежуточную аттестацию