

**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
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

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

О.В.
Колесникова

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

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

Е.С. Орлова

Заведующий
выпускающей кафедрой

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

Н.Л.
Кетоева

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-2 Способен осуществлять управление организацией в условиях возникновения рисков

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

2. РПК-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

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

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

КМ-1 Теоретические аспекты современных взаимоотношений с клиентами (Контрольная работа)

КМ-2 Факторы внутреннего влияния на взаимоотношения с клиентами (Контрольная работа)

КМ-3 Персональные ценности личности и сущность концепции CRM (Контрольная работа)

КМ-4 Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода (Контрольная работа)

КМ-5 Процессы управления клиентами на основе CRM системы (Контрольная работа)

КМ-6 Взаимоотношения клиентов при сделках и аналитические возможности CRM (Проверочная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

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 товару 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

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-2	ИД-2ПК-2 Выстраивает эффективные коммуникации во внутренней и внешней среде организации	Знать: правила построения эффективных коммуникаций Уметь: выстраивать эффективные коммуникации во внутренней и внешней среде организации	КМ-3 Персональные ценности личности и сущность концепции CRM (Контрольная работа) КМ-6 Взаимоотношения клиентов при сделках и аналитические возможности CRM (Проверочная работа)
РПК-1	ИД-1РПК-1 Демонстрирует понимание ключевых задач профессиональной деятельности	Знать: ключевые задачи профессиональной деятельности Уметь: решать ключевые задачи профессиональной деятельности	КМ-1 Теоретические аспекты современных взаимоотношений с клиентами (Контрольная работа) КМ-4 Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода (Контрольная работа)
РПК-1	ИД-8РПК-1 Анализирует отечественный и зарубежный опыт рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной	Знать: производственную деятельность организации в условиях современной экономики Уметь: проводить анализ отечественного и	КМ-2 Факторы внутреннего влияния на взаимоотношения с клиентами (Контрольная работа) КМ-5 Процессы управления клиентами на основе CRM системы (Контрольная работа)

	экономики	зарубежного опыта рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики	
--	-----------	--	--

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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: ключевые задачи профессиональной деятельности	1. Стратегия управления клиентскими отношениями 2. "Индустриализация" продаж и маркетинга 3. Назначение стратегии CRM 4. Определение термина CRM 5. Сущность и принципы концепции CRM 6. Предпосылки возникновения данного подхода 7. Информационные системы управления взаимоотношения с клиентом (CRM) 8. Назначение, взаимосвязь с применением концепции CRM 9. Взаимосвязь с КИС 10. Классификация и функции, типы CRM

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: производственную деятельность организации в условиях современной экономики	1.Основные компоненты систем CRM 2.Источники эффективности CRM 3.Источники эффективности CRM 4.Критерии применимости концепции 5.Преимущества, получаемые от внедрения CRM 6.Архитектурные компоненты системы CRM 7.Интеграция с другими системами 8.Обзор рынка CRM-решений 9.Рынок Российских CRM-систем 10.Основные критерии выбора CRM-системы

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: правила построения эффективных коммуникаций	1. Внедрение систем управления взаимоотношениями с клиентами 2. Точки взаимодействия компании и клиента 3. Управление взаимоотношениями с партнерами, каналы взаимодействия B2B 4. Эволюция методов удержания клиентов 5. Программы лояльности 6. Особенности CRM-систем в различных сферах деятельности 7. Внедрение CRM-систем в финансовых организациях (банки, страховые и инвестиционные компании) 8. Возможные предложения развития («стратегия второго продукта», кросс-продажи, финансовый консалтинг) 9. Проблемы автоматизации клиентского взаимодействия в финансовых организациях 10. Стратегические требования к подразделениям, осуществляющим взаимодействие с клиентами

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: решать ключевые задачи профессиональной деятельности	1.Лучшие практики применения CRM - систем в различных сферах деятельности 2.Обзор направлений развития функций CRM - системы 3.Анализ неудач проектов по внедрению CRM-систем 4.Основные проблемы российских компаний-производителей при работе с каналами продаж 5.Использование CRM-систем в сфере торгового маркетинга 6.Внедрение CRM- систем в сфере розничных продаж 7.Управление ценой и формирование пакетов услуг 8.Внедрение CRM-систем в телекоммуникационных компаниях 9.Обслуживание клиентов на основе модели ценности 10.Расчет доходности/ценности клиентов

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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:

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

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: выстраивать эффективные коммуникации во внутренней и внешней среде организации	1.Автоматизация продаж и мобильные решения CRM 2.CRM-поддержка и контроль функций менеджеров по продажам 3.Управление потенциальными сделками (функции расчета вероятности совершения сделки) 4.CRM-поддержка регламента продаж 5.Интеграция фронт-офисной деятельности 6.Управление информацией о контактах и контрагентах 7.Учет, управление, анализ продаж в CRM-системах 8.Основные функциональные модули и стратегии их использования 9.Системы автоматизации продаж 10.Оптимизация каналов продаж

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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-2_{ПК-2} 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

2. Компетенция/Индикатор: ИД-1_{РПК-1} 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. Средства анализа CRM-систем (методы многомерного статистического анализа, средства Data Mining, прогнозирования)
4. Проблемы интеграции информации о клиентах, хранилища данных

Материалы для проверки остаточных знаний

1. 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

2. 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

3. 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: 2, 3

4. 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

3. Компетенция/Индикатор: ИД-8_{РПК-1} 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

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

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно

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.