

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

**Направление подготовки/специальность: 38.03.05 Бизнес-информатика**

**Наименование образовательной программы: Информационное и программное обеспечение бизнес-процессов**

**Уровень образования: высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения: Очно-заочная**

**Оценочные материалы  
по дисциплине  
Системы управления взаимодействием с клиентами**

**Москва  
2023**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

|   |  |                                |
|---|--|--------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                                |
|   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                                |
|   | Владелец   | Артёмов А.С.                   |
|   | Идентификатор                                      | R5d220836-ArtiomovAIS-e034a281 |

А.С. Артёмов

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

|   |  |                              |
|---|--|------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                              |
|   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                              |
|   | Владелец   | Крепков И.М.                 |
|   | Идентификатор                                      | R04da5bdb-KrepkovIM-33fe3095 |

И.М.  
Крепков

Заведующий  
выпускающей кафедрой

|   |  |                              |
|---|--|------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                              |
|   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                              |
|   | Владелец   | Невский А.Ю.                 |
|   | Идентификатор                                      | R4bc65573-NevskeyAY-0b6e493d |

А.Ю.  
Невский

## 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. ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом

ИД-2 Выбирает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, для рационального решения задач предприятия

2. ОПК-5 Способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий

ИД-1 Использует основы системного администрирования, администрирования СУБД, современные стандарты информационного взаимодействия систем

ИД-3 Практически применяет системы поддержки проектирования программных и информационных средств при коллективной работе над проектом

3. ОПК-6 Способен выполнять отдельные задачи в рамках коллективной научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности для поиска, выработки и применения новых решений в области информационно-коммуникационных технологий

ИД-2 Осуществляет взаимодействие с заказчиком в процессе реализации проекта, принимает участие в командном образовании и развитии персонала

и включает:

**для текущего контроля успеваемости:**

Форма реализации: Проверка задания

1. КМ -1. Основные понятия, процессы, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами (Контрольная работа)

2. КМ -2. Маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика (Контрольная работа)

3. КМ -3. Организация управления персоналом для наилучшего обслуживания клиентов (Контрольная работа)

4. КМ -4. Технология взаимоотношения с клиентами (Контрольная работа)

## БРС дисциплины

8 семестр

| Раздел дисциплины  | Веса контрольных мероприятий, % |      |      |      |      |
|--|---------------------------------|------|------|------|------|
|  | Индекс КМ:                      | КМ-1 | КМ-2 | КМ-3 | КМ-4 |
|  | Срок КМ:                        | 4    | 8    | 12   | 15   |
| Основные понятия, процессы, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами |                                 |      |      |      |      |

|   |    |    |    |    |
|---|----|----|----|----|
| Введение в дисциплину   | +  |    |    |    |
| Управление продажами  | +  |    |    |    |
| Информационное обеспечение процесса продаж                    | +  |    |    |    |
| Маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика             |    |    |    |    |
| Управление лояльностью клиентов                               |    | +  |    |    |
| Особенности управления отношениями «служащий – клиент»        |    | +  |    |    |
| Сущность внутреннего маркетинга                               |    | +  |    |    |
| Технология взаимоотношений                                    |    |    |    |    |
| Клиентская база данных  |    |    | +  |    |
| Структура информационных процессов в рамках CRM.              |    |    |    | +  |
| Перспективы развития управления взаимоотношениями с клиентами |    |    |    | +  |
| Вес КМ:   | 25 | 25 | 25 | 25 |

\$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   |
|--------------------|---|--|---|
| ОПК-2              | ИД-2 <sub>ОПК-2</sub> Выбирает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, для рационального решения задач предприятия | Знать:<br>– сущность виды, функции, технологии и программные средства управления взаимоотношениями с клиентами;<br>Уметь:<br>– выбирать современные программные средства управления взаимоотношениями с клиентами;       | КМ -1. Основные понятия, процессы, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами (Контрольная работа)  |
| ОПК-5              | ИД-1 <sub>ОПК-5</sub> Использует основы системного администрирования, администрирования СУБД, современные стандарты информационного взаимодействия систем                         | Знать:<br>– способы управления лояльностью клиентов;<br>Уметь:<br>– использовать основы системного администрирования, администрирования СУБД, современные стандарты информационного взаимодействия систем для управления | КМ -1. Основные понятия, процессы, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами (Контрольная работа)<br>КМ -2. Маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика (Контрольная работа) |

|       |  |  |  |
|-------|--|--|--|
|       |  | взаимодействием клиентов;  |  |
| ОПК-5 | ИД-3 <sub>ОПК-5</sub> Практически применяет системы поддержки проектирования программных и информационных средств при коллективной работе над проектом       | Знать:<br>– способы управления персоналом для наилучшего обслуживания клиентов;<br>Уметь:<br>– применять системы поддержки автоматизации процесса управления с клиентами;                          | КМ -3. Организация управления персоналом для наилучшего обслуживания клиентов (Контрольная работа)<br>КМ -4. Технология взаимоотношения с клиентами (Контрольная работа) |
| ОПК-6 | ИД-2 <sub>ОПК-6</sub> Осуществляет взаимодействие с заказчиком в процессе реализации проекта, принимает участие в командном образовании и развитии персонала | Знать:<br>– способы взаимодействия с заказчиком в процессе реализации проекта;<br>Уметь:<br>– принимать участие в командном образовании и развитии персонала для наилучшего обслуживания клиентов. | КМ -2. Маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика (Контрольная работа)  |

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

### КМ-1. КМ -1. Основные понятия, процессы, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами

**Формы реализации:** Проверка задания

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 25

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** 1. Представление задания. 2. Подготовка ответов. 3. Проверка выполненного задания.

#### Краткое содержание задания:

Ответы на вопросы теста за отведенное время

#### Контрольные вопросы/задания:

|   |  |
|---|--|
| Знать: – сущность виды, функции, технологии и программные средства управления взаимоотношениями с клиентами;  | <b>1. В маркетинге под потребностью понимается</b><br>1. чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо<br>2. неудовлетворенное желание человека<br>3. нужда, принявшая специфическую форму в зависимости от личности индивидуума<br><b>2. Концепция маркетинга отдает приоритет</b><br>1. потребителю<br>2. производителю<br>3. текущей рыночной ситуации |
| Уметь: – выбирать современные программные средства управления взаимоотношениями с клиентами;  | 1. Этапы процесса продаж   |
| Уметь: – использовать основы системного администрирования, администрирования СУБД, современные стандарты информационного взаимодействия систем для управления взаимодействием клиентов; | 1. Управление взаимоотношениями с клиентами: термины и определения; основные цели и задачи и роль дисциплины.<br>2. Понятие лояльности клиентов. Программы управления лояльностью 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. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

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

Оценка: 2

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

## КМ-2. КМ -2. Маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика

**Формы реализации:** Проверка задания

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 25

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** 1. Представление задания. 2. Подготовка ответов. 3. Проверка выполненного задания.

**Краткое содержание задания:**

Ответы на вопросы теста за отведенное время

**Контрольные вопросы/задания:**

|   |  |
|---|--|
| Знать: – способы управления лояльностью клиентов;   | <b>1. На первом этапе развития маркетинга приоритетным направлением было решение</b><br>1. проблем управления персоналом<br>2. проблем, связанных с реализацией продукции, включая организацию рекламных кампаний<br>3. проблем анализа поведения социальных групп в сделках купли-продажи<br><b>2. К наиболее важным особенностям современного маркетинга можно отнести</b><br>1. "агрессивный" сбыт, поддерживаемый агрессивной рекламой, прямые продажи<br>2. системный комплексный подход к решению задач фирмы; производство основано на инновационной деятельности; ориентация на долгосрочный коммерческий успех<br>3. тесная связь производителя с потребителем; систематический подбор информации по конъюнктуре рынков; осуществление политики низких цен с целью расширения сбыта |
| Знать: – способы взаимодействия с заказчиком в процессе реализации проекта;                                   | <b>1. Под принципом в маркетинге понимают</b><br>1. обеспечение высокого имиджа организации или личности<br>2. руководящее правило, определяющее достижение цели в маркетинговой деятельности<br>3. комплекс мер в области формирования общественного мнения   |
| Уметь: – принимать участие в командном образовании и развитии персонала для наилучшего обслуживания клиентов. | 1. Выявление потребности<br>2. Понятие оттока клиентов. Методы работы с оттоком 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. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

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

*Оценка: 2*

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

### **КМ-3. КМ -3. Организация управления персоналом для наилучшего обслуживания клиентов**

**Формы реализации:** Проверка задания

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС: 25**

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** 1. Представление задания. 2. Подготовка ответов. 3. Проверка выполненного задания.

**Краткое содержание задания:**

Ответы на вопросы теста за отведенное время

**Контрольные вопросы/задания:**

|  |   |
|--|---|
| Знать: – способы управления персоналом для наилучшего обслуживания клиентов; | <b>1.Целью эго-маркетинга является</b><br>1. разрешение конфликтов в обществе<br>2. успешная трудовая карьера<br>3. достойная реализация личности<br><b>2.Под глубиной ассортимента понимают</b><br>1. количество ассортиментных групп<br>2. всю совокупность изделий, выпускаемых предприятием<br>3. количество позиций в каждой ассортиментной группе |
|--|---|

**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. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

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

*Оценка:* 2

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

#### **КМ-4. КМ -4. Технология взаимоотношения с клиентами**

**Формы реализации:** Проверка задания

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 25

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** 1. Представление задания. 2. Подготовка ответов. 3. Проверка выполненного задания.

**Краткое содержание задания:**

Ответы на вопросы теста за отведенное время

**Контрольные вопросы/задания:**

|   |   |
|---|---|
| Уметь: – применять системы поддержки автоматизации процесса управления с клиентами; | 1.Манипуляция потребительским поведением.<br>2.Структура информационных процессов в рамках CRM. Жизненный цикл клиента. |
|---|---|

**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. выбрано верное направление для решения задач

*Оценка:* 3

*Нижний порог выполнения задания в процентах:* 50

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

*Оценка:* 2

*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. Управление взаимоотношениями с клиентами: термины и определения; основные цели и задачи и роль дисциплины.
2. Измерение степени удовлетворенности клиентов.
3. Рынок CRM-решений.

### Процедура проведения

Экзамен может проводиться устно, письменно по билетам, так и в форме тестирования, основанных на выполнении индивидуального задания, позволяющего осуществить контроль знаний и полученных навыков.

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

**1. Компетенция/Индикатор:** ИД-2<sub>ОПК-2</sub> Выбирает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, для рационального решения задач предприятия

### Вопросы, задания

1. Клиентская база данных
2. Структура информационных процессов в рамках CRM. Жизненный цикл клиента
3. Рынок CRM-решений

### Материалы для проверки остаточных знаний

**1. Организация вступает в контакт за ее пределами с такими представителями общественности, как**

Ответы:

- акционеры
- налогоплательщики
- потребители
- сотрудники

Верный ответ: потребители

**2. Установление первоочередных задач в маркетинге называют**

Ответы:

1. проубинг
2. партишэнинг
3. прайоритизинг

Верный ответ: прайоритизинг

**3. Основным направлением исследований в маркетинге является исследование**

Ответы:

1. потребителей
2. продавцов
3. предпринимателей
4. магазинов

Верный ответ: потребителей

**2. Компетенция/Индикатор:** ИД-1<sub>ОПК-5</sub> Использует основы системного администрирования, администрирования СУБД, современные стандарты информационного взаимодействия систем

### Вопросы, задания

1. Клиентская база данных.
2. Управление взаимоотношениями с клиентами: термины и определения; основные цели и задачи и роль дисциплины.
3. Методы повышения лояльности клиентов.

### Материалы для проверки остаточных знаний

#### 1. Товарным ассортиментом называют

Ответы:

1. всю совокупность изделий, выпускаемых предприятием
2. товары определенного класса
3. товары предприятия, находящиеся как в стадии разработки, так и в стадии продаж

Верный ответ: всю совокупность изделий, выпускаемых предприятием

#### 2. Фирма получает максимальный объем сбыта продукции на стадии

Ответы:

1. внедрения
2. зрелости
3. роста

Верный ответ: зрелости

#### 3. Для наглядного представления временного ряда используется

Ответы:

1. рисунок
2. диаграмма
3. гистограмма

Верный ответ: диаграмма

**3. Компетенция/Индикатор:** ИД-3<sub>ОПК-5</sub> Практически применяет системы поддержки проектирования программных и информационных средств при коллективной работе над проектом

### Вопросы, задания

1. Call-центры и Contact-центры. Особенности управления отношениями «служащий – клиент».
2. Сущность внутреннего маркетинга, основные этапы его внедрения
3. Модели управленческих отношений в организации

### Материалы для проверки остаточных знаний

#### 1. Маркетинг персонала - это

Ответы:

1. вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале
2. такая поведенческая культура, в которой имиджевые регуляторы осмысливаются персоналом как общественная необходимость
3. анализ ситуации на рынке труда для регулирования потребности в специалистах дефицитных специальностей

4. анализ ожиданий нынешних и потенциальных сотрудников (например, при найме на работу), а также определение выполнимости и реальной степени исполнения этих ожиданий
5. формирование конкурентоспособного работника и нахождение ему рыночной ниши.  
Верный ответ: вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале
- 2.Способность организации изменять и приводить профессионально-квалификационную структуру своих работников в соответствии с требованиями изменившейся трудовой нагрузки представляет:
- Ответы:
- 1.численную адаптацию рабочей силы
  2. функциональную адаптацию рабочей силы
  3. дистанционную адаптацию рабочей силы
  4. финансовую адаптацию рабочей силы
  5. лизинг рабочей силы
- Верный ответ: функциональную адаптацию рабочей силы
- 3.Форма организации рабочего времени, при которой для отдельных сотрудников или их группы допускается саморегулирование начала, окончания и общей продолжительности рабочего дня представляет использование
- Ответы:
- 1 стандартных режимов работы
  2. гибких режимов рабочего времени
  3. частичной занятости
- Верный ответ: гибких режимов рабочего времени

**4. Компетенция/Индикатор:** ИД-2<sub>ОПК-6</sub> Осуществляет взаимодействие с заказчиком в процессе реализации проекта, принимает участие в командном образовании и развитии персонала

#### **Вопросы, задания**

- 1.Работа с покупателем.
- 2.Понятие лояльности клиентов. Программы управления лояльностью клиентов.
- 3.Измерение степени удовлетворенности клиентов.

#### **Материалы для проверки остаточных знаний**

- 1.Способность к общению, общительность называется**

Ответы:  
коммуникабельность  
контактность  
активность  
болтливость

Верный ответ: коммуникабельность

- 2.Степень популярности известного деятеля обозначается термином**

Ответы:  
репутация  
слава  
известность  
рейтинг

Верный ответ: рейтинг

- 3.Основным объектом концепции маркетинга считают**

Ответы:  
1. товары фирмы  
2. нужды потребителей

3. устойчивый сбыт

Верный ответ: нужды потребителей

## ***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. на вопросы углубленного уровня

*Оценка: 2*

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

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

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих.