

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ ИМ. ПРОФ. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА»  
(СПбГУТ)**

Кафедра \_\_\_\_\_ Бизнес-информатики \_\_\_\_\_  
(полное наименование кафедры)



УТВЕРЖДАЮ  
И.о. первого проректора

*С.И. Ивасишин*  
С.И. Ивасишин

1» 07 2022г.

Регистрационный № 22.07/142-Д

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Информационные технологии управления взаимоотношениями с  
клиентами

(наименование дисциплины)

образовательная программа высшего образования

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки / специальности)

бакалавр

(квалификация)

Менеджмент технологий и услуг в цифровой экономике

(направленность / профиль образовательной программы)

очная форма, очно-заочная форма

(форма обучения)

Санкт-Петербург

Рабочая программа дисциплины составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности) подготовки «38.03.02 Менеджмент», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, и в соответствии с рабочим учебным планом, утвержденным ректором университета.

## 1. Цели и задачи дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами» является:

Формирование общих знаний о клиентоориентированном подходе, изучение информационных технологий и систем, обеспечивающих реализацию стратегии управления взаимоотношениями с клиентами.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

Ознакомить студентов с концепцией управления взаимоотношениями с клиентами (CRM); Дать знания в области структурного построения организации и бизнес-процессов с ориентацией на клиента; Изучить ключевые процессы управления взаимоотношениями с потребителями; Дать основы разработки и применения стратегии CRM на предприятии; Изучить современные технологии предоставления ИТ-сервисов; Изучить структуры и основных модулей CRM-системы; Рассмотреть аспекты внедрения CRM в систему управления компанией; Дать навыки практической работы в системе управления взаимоотношениями с клиентами.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами» Б1.О.14 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «38.03.02 Менеджмент». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Интегрированные информационные системы предприятия»; «Информационное обеспечение бизнес-процессов предприятия»; «Маркетинг»; «Прогнозирование и планирование в условиях формирования цифровой экономики»; «Стратегический менеджмент».

## 3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 1

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции
1	ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

### Индикаторы достижения компетенций

Таблица 2

ОПК-5.1	Знать: основы информационных технологий; основы создания и управления базами данных; назначение и правила использования компьютерного оборудования; правила работы в соответствующих компьютерных программах и базах данных, их назначение
---------	--

ОПК-5.2	Знать: роль и место интегрированных информационных систем в деятельности предприятия; типы и разновидности производственных процессов и управленческих задач предприятия, решаемых с использованием информационных систем; принципы построения и функционирования информационных систем; методы работы с системами управления взаимоотношениями с клиентами
ОПК-5.3	Уметь: применять информационные системы и технологии для решения управленческих задач; применять системы управления взаимоотношениями с клиентами при подготовке консультаций по использованию и возможностям инфокоммуникационных систем и/или их составляющих, а также при подготовке аналитических отчетов по продажам инфокоммуникационных систем и/или их составляющих
ОПК-5.4	Владеть: современными информационными технологиями и программными средствами при решении профессиональных задач; навыками использования информационных систем в деятельности предприятия; навыками выбора программных решений для управления бизнесом; программными средствами и онлайн сервисами автоматизации процессов управления взаимоотношениями с клиентами

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

##### Очная форма обучения

Таблица 3

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры
			8
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	108	108
<b>Контактная работа с обучающимися</b>		50.25	50.25
в том числе:			
Лекции		20	20
Практические занятия (ПЗ)		16	16
Лабораторные работы (ЛР)		14	14
Защита контрольной работы			-
Защита курсовой работы			-
Защита курсового проекта			-
Промежуточная аттестация		0.25	0.25
<b>Самостоятельная работа обучающихся (СРС)</b>		57.75	57.75
в том числе:			
Курсовая работа			-
Курсовой проект			-
И / или другие виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным работам, практическим занятиям, контрольным работам, изучение теоретического материала		49.75	49.75
Подготовка к промежуточной аттестации		8	8
<b>Вид промежуточной аттестации</b>			Зачет

##### Очно-заочная форма обучения

Таблица 4

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры
			9
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	108	108

<b>Контактная работа с обучающимися</b>	28.25	28.25
в том числе:		
Лекции	12	12
Практические занятия (ПЗ)	10	10
Лабораторные работы (ЛР)	6	6
Защита контрольной работы		-
Защита курсовой работы		-
Защита курсового проекта		-
Промежуточная аттестация	0.25	0.25
<b>Самостоятельная работа обучающихся (СРС)</b>	79.75	79.75
в том числе:		
Курсовая работа		-
Курсовой проект		-
И / или другие виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным работам, практическим занятиям, контрольным работам, изучение теоретического материала	71.75	71.75
Подготовка к промежуточной аттестации	8	8
<b>Вид промежуточной аттестации</b>		Зачет

## 5. Содержание дисциплины

### 5.1. Содержание разделов дисциплины.

Таблица 5

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	№ семестра		
			очная	очно-заочная	заочная
1	Раздел 1. Эволюция автоматизации процесса управления взаимоотношениями с клиентами	Бизнес-процессы в области продаж, маркетинга, обслуживания и поддержки клиентов и их взаимосвязь. Маркетинговые модели потребительского поведения - воронка продаж, правило AIDA. Понятие CRM как концепции. Роль стратегии CRM в повышении лояльности клиентов. Роль информационных технологий в развитии стратегии CRM. История CRM-решений для бизнеса. Преимущества от внедрения CRM системы. Проблемы внедрения CRM на внутрифирменном уровне. Критерии выбора CRM для предприятия в качестве стратегии развития бизнеса.	8	9	
2	Раздел 2. CRM: виды, структура, назначение	CRM как прикладное программное обеспечение для автоматизации стратегий взаимодействия. Функции CRM-системы. Структура и основные модули CRM систем. Классификация CRM систем. Способы предоставления сервиса CRM. Показатели эффективности использования CRM. Возможность применения стратегии CRM в различных отраслях. Направления совершенствования CRM-систем.	8	9	

3	Раздел 3. Управление клиентским опытом (customer experience management)	Концепция СЕМ (CX). Отличия (преимущества) СЕМ от CRM. Понятия - Customer experience (клиентский опыт); жизненный цикл клиента. Метрики клиентского опыта. Информационные системы СЕМ (CX), их структура. Тенденции развития в области клиентского опыта. Примеры применения компаниями новых подходов в организации работы с клиентами.	8	9	
4	Раздел 4. Инструменты для управления клиентским опытом.	Карты пути клиента (Customer Journey Map). Составляющие клиентского опыта. Путь клиента. Этапы. Точки контактов. Впечатления. Карты сервисного сценария (Service Blueprint). Совместное использование CRM и СЕМ. Сервисы для визуализации организационных процессов. Составление карты пути клиента (CJM). Составление карты сервисного сценария (Service Blueprint).	8	9	

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.

«Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами» является дисциплиной, завершающей теоретическое обучение по программе 38.03.02 Менеджмент

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий.

#### Очная форма обучения

Таблица 6

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лек-ции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семи-нары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Эволюция автоматизации процесса управление взаимоотношениями с клиентами	8				13	21
2	Раздел 2. CRM: виды, структура, назначение	4	6	8		12	30
3	Раздел 3. Управление клиентским опытом (customer experience management)	4	4	2		12	22
4	Раздел 4. Инструменты для управления клиентским опытом.	4	6	4		12.75	26.75
Итого:		20	16	14	-	49.75	99.75

#### Очно-заочная форма обучения

Таблица 7

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лек-ции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семи-нары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Эволюция автоматизации процесса управление взаимоотношениями с клиентами	2				17	19

2	Раздел 2. CRM: виды, структура, назначение	6	4	4		17	31
3	Раздел 3. Управление клиентским опытом (customer experience management)	4	2			17	23
4	Раздел 4. Инструменты для управления клиентским опытом.		4	2		20.75	26.75
Итого:		12	10	6	-	71.75	99.75

## 6. Лекции

### Очная форма обучения

Таблица 8

№ п/п	Номер раздела	Тема лекции	Всего часов
1	1	Примеры применения компаниями новых подходов в организации работы с клиентами.	2
2	1	Эволюция автоматизации процесса управление взаимоотношениями с клиентами	2
3	1	Роль информационных технологий в развитии стратегии CRM. CRM-решения для бизнеса.Преимущества от внедрения CRM системы.	2
4	1	Тенденции развития в области клиентского опыта.	2
5	2	Структура и основные модули CRM систем. Классификация CRM систем	2
6	2	CRM как прикладное программное обеспечение для автоматизации стратегий взаимодействия. применения стратегии CRM в различных отраслях.	2
7	3	Концепция СЕМ (CX). Отличия (преимущества) СЕМ от CRM. Понятия - Customer experience (клиентский опыт); жизненный цикл клиента. Метрики клиентского опыта.	2
8	3	Управление клиентским опытом (customer experience management). Концепция СЕМ (CX).	2
9	4	Инструменты для управления клиентским опытом. Карты пути клиента (Customer Journey Map).	2
10	4	Сервисы для визуализации организационных процессов.	2
Итого:			20

### Очно-заочная форма обучения

Таблица 9

№ п/п	Номер раздела	Тема лекции	Всего часов
1	1	Эволюция автоматизации процесса управление взаимоотношениями с клиентами. Роль информационных технологий в развитии стратегии CRM. CRM-решения для бизнеса.Преимущества от внедрения CRM системы.	2
2	2	CRM как прикладное программное обеспечение для автоматизации стратегий взаимодействия.	2
3	2	Структура и основные модули CRM систем. Классификация CRM систем.Направления совершенствования CRM-систем.	2
4	2	Возможность применения стратегии CRM в различных отраслях. Направления совершенствования CRM-систем.	2

5	3	Управление клиентским опытом (customer experience management). Концепция СЕМ (СХ).	2
6	3	Тенденции развития в области клиентского опыта. Примеры применения компаниями новых подходов в организации работы с клиентами.	2
Итого:			12

## 7. Лабораторный практикум

Очная форма обучения

Таблица 10

№ п/п	Номер раздела	Наименование лабораторной работы	Всего часов
1	2	Сравнительный анализ CRM-систем	2
2	2	Решение практических заданий с использованием информационной системы CRM-класса	6
3	3	Анализ рынка СЕМ систем	2
4	4	Построение карты пути клиента с помощью облачных сервисов	2
5	4	Построение карты сервисного сценария с помощью облачных сервисов	2
Итого:			14

Очно-заочная форма обучения

Таблица 11

№ п/п	Номер раздела	Наименование лабораторной работы	Всего часов
1	2	Сравнительный анализ CRM-систем	2
2	2	Решение практических заданий с использованием информационной системы CRM-класса	2
3	4	Построение карты пути клиента с помощью облачных сервисов	2
Итого:			6

## 8. Практические занятия (семинары)

Очная форма обучения

Таблица 12

№ п/п	Номер раздела	Тема занятия	Всего часов
1	2	Обоснование выбора CRM для отраслевого предприятия в качестве стратегии развития бизнеса.	2
2	2	Управление циклом Lead-to-cash (от поиска клиента до получения оплаты за услугу)	4
3	3	Структура информационных систем СЕМ	4
4	4	Метрики клиентского опыта	2
5	4	Облачные сервисы для визуализации бизнес-процессов	4
Итого:			16

Очно-заочная форма обучения

Таблица 13

№ п/п	Номер раздела	Тема занятия	Всего часов
-------	---------------	--------------	-------------



1	2	Обоснование выбора CRM для отраслевого предприятия в качестве стратегии развития бизнеса.	2
2	2	Управление циклом Lead-to-cash (от поиска клиента до получения оплаты за услугу)	2
3	3	Структура информационных систем СЕМ	2
4	4	Метрики клиентского опыта	2
5	4	Облачные сервисы для визуализации бизнес-процессов	2
Итого:			10

## 9. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Рабочим учебным планом не предусмотрено

## 10. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

Таблица 14

№ п/п	Номер раздела	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля	Всего часов
1	1	Изучение теоретического материала	опрос	13
2	2	Изучение теоретического материала. Подготовка к практическим и лабораторным занятиям.	опрос	12
3	3	Изучение теоретического материала. Подготовка к практическим и лабораторным занятиям.	опрос	12
4	4	Изучение теоретического материала. Подготовка к практическим и лабораторным занятиям.	опрос	12.75
Итого:				49.75

Очно-заочная форма обучения

Таблица 15

№ п/п	Номер раздела	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля	Всего часов
1	1	Изучение теоретического материала	опрос	17
2	2	Изучение теоретического материала. Подготовка к практическим и лабораторным занятиям.	опрос	17
3	3	Изучение теоретического материала. Подготовка к практическим и лабораторным занятиям.	опрос	17
4	4	Изучение теоретического материала. Подготовка к практическим и лабораторным занятиям.	опрос	20.75
Итого:				71.75

## 11. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для самостоятельной работы по дисциплине рекомендовано следующее учебно-

методическое обеспечение:

- Положение о самостоятельной работе студентов в Санкт-Петербургском государственном университете телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича;
- рекомендованная основная и дополнительная литература;
- конспект занятий по дисциплине;
- слайды-презентации и другой методический материал, используемый на занятиях;
- методические рекомендации по подготовке письменных работ, требования к их содержанию и оформлению (реферат, эссе, контрольная работа) ;
- фонды оценочных средств;
- методические указания к выполнению лабораторных работ для студентов;

## **12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся**

Фонд оценочных средств разрабатывается в соответствии с локальным актом университета "Положение о фонде оценочных средств" и является приложением (Приложение А) к рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине определяются показатели и критерии оценки сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

## **13. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### 13.1. Основная литература:

1. Вольфсон, Михаил Борисович. Управление ИТ- сервисами и контентом : учебное пособие / М. Б. Вольфсон, Ю. П. Левчук, Е. П. Охинченко ; рец.: А. А. Захаров, Н. Н. Беляева ; Федеральное агентство связи, С.-Петерб. гос. ун-т телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича. - СПб. : СПбГУТ. Ч. 2. - 2014. - 64 с. : ил., табл. - ). - 297.97 р.
2. Вольфсон, Михаил Борисович. Управление ИТ- сервисами в гуманитарной сфере : [Электронный ресурс] :

учебное пособие / М. Б. Вольфсон, Е. П. Охинченко, Н. Б. Андреева ; рец.: Ю. П. Левчук, А. А. Степаненко ; Федеральное агентство связи, С.-Петерб. гос. ун-т телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича. - СПб. : СПбГУТ, 2014. - 98 с. : ил. - 465.58 р.

### 13.2. Дополнительная литература:

1. Охинченко, Елена Павловна.  
Управление ИТ- сервисами в гуманитарной сфере : [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие по выполнению практических заданий / Е. П. Охинченко, Н. Б. Андреева ; рец. М. Б. Вольфсон ; Федеральное агентство связи, Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего профессионального образования "Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича". - СПб. : СПбГУТ, 2017. - 79 с. : ил. - 1032.63 р.
2. Акулич, М. В.  
Интернет-маркетинг : [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - М. : Дашков и К, 2016. - 352 с. - URL: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=70531](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70531). - ISBN 978-5-394-02474-0 : Б. ц. Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент» и «Торговое дело» (уровень бакалавриата)
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : [Электронный ресурс] : учебник. - М. : Дашков и К, 2019. - 433 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/119283>. - ISBN 978-5-394-03141-0 : Б. ц. Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. Рекомендовано федеральным государственным бюджетным учреждением «Федеральный институт развития образования» (ФГБУ «ФИРО») в качестве учебника для использования в образовательном процессе образовательных организаций, реализующих программы высшего образования по направлениям подготовки «Менеджмент», «Торговое дело», профиль «Маркетинг» (уровень бакалавриата)
4. Лобарева, Н. В.  
Маркетинг взаимоотношений : [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Лобарева. - М. : РТУ МИРЭА, 2020. - 98 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/167596>. - Б. ц. Книга из коллекции РТУ МИРЭА - Экономика и менеджмент

## **14. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети интернет из указанного перечня являются рекомендуемыми дополнительными (вспомогательными) источниками официальной информации, размещенной на легальных основаниях с

открытым доступом. За полноту содержания и качество работу сайтов несет ответственность правообладатель.

Таблица 16

<b>Наименование ресурса</b>	<b>Адрес</b>
НОУ ИНТУИТ - курс Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).	<a href="http://www.intuit.ru/studies/courses/1154/151/info">www.intuit.ru/studies/courses/1154/151/info</a>
CRMonline - интернет-портал. Статьи и обзоры.	<a href="http://www.crmonline.ru">www.crmonline.ru</a>

## **15. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.**

15.1. Программное обеспечение дисциплины:

- Google Chrome
- Open Office
- Windows 7 ЦЭУБИ

15.2. Информационно-справочные системы:

- ЭБС iBooks (<https://ibooks.ru>)
- ЭБС Лань (<https://e.lanbook.com/>)
- ЭБС СПбГУТ (<http://lib.spbgut.ru>)

## **16. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

15.1. Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины

Важным условием успешного освоения дисциплины «Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами» является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания, включая вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующего аудиторного занятия (лекции, практического занятия), что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций и практических

занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

### 15.2. Подготовка к лекциям

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета, как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

### 15.3. Подготовка к практическим занятиям

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке пройденного материала (материала лекций, практических занятий), а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Необходимо понимать, что невозможно во время аудиторных занятий изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов, и при изучении дисциплины недостаточно конспектов занятий. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом

получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

#### 15.4. Рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным

для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

#### 15.5. Подготовка к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

## 17. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 17

№ п/п	Наименование специализированных аудиторий и лабораторий	Наименование оборудования
1	Лекционная аудитория	Аудио-видео комплекс
2	Аудитории для проведения групповых и практических занятий	Аудио-видео комплекс
3	Компьютерный класс	Персональные компьютеры

4	Аудитория для курсового и дипломного проектирования	Персональные компьютеры
5	Аудитория для самостоятельной работы	Компьютерная техника
6	Читальный зал	Персональные компьютеры

Лист изменений № 1 от 9 января 2020 г

Рабочая программа дисциплины  
**«Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами»**

Код и наименование направления подготовки/специальности:

**38.03.02 Менеджмент**

Направленность/профиль образовательной программы:

**Менеджмент технологий и услуг в цифровой экономике**

Из п. 14.2 Информационно-справочные системы исключить с 08.01.2020 г. строку: ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru>)

Основание: прекращение контракта № 4784/19 от 25.01.2019 г. на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks.

Внесенные изменения утверждаю:

Начальник УМУ \_\_\_\_\_ Л.А. Васильева