

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «CRM системи в маркетингу»

Галузь знань		07 «Управління і адміністрування»	Освітній рівень	бакалавр			
Спеціальність		075 «Маркетинг»	Семестр	5			
Освітньо-професійна програма		«Маркетинг»	Тип дисципліни	вибіркова			
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	5	150	24	-	36	-	90

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Електронний бізнес 2. Маркетинг 3. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг
Освітні компоненти для яких є базовою	1. Маркетингові технології управління інтернет-проектами 2. Маркетингові чинники результативності бізнесу
Мета курсу:	формувати та розвивати у студентів необхідних теоретичних знань з питань CRM систем; вивчення загальних принципів побудови і функціонування сучасних CRM систем, отримання студентами практичних навичок роботи з CRM системами (Customer Relationships Management): формування баз даних на підприємстві та використання аналітичного інструментарію маркетингу для постійного аналізу інформації з метою прийняття оперативних та стратегічних маркетингових рішень.

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
ЗК 8. Навички інформаційно-комунікаційних технологій: здатність до використання сучасного програмного забезпечення для обробки, аналізу, представлення інформації, прийняття обґрунтованих фахових рішень; використання інформаційно-комунікаційних технологій та сучасних електронних пристроїв і гаджетів.	ППк5. Здатність працювати з системами формування баз даних на підприємстві та використання аналітичного інструментарію маркетингу для постійного аналізу інформації з метою прийняття оперативних та стратегічних маркетингових рішень ППк13. Здатність до комунікації іноземною мовою, в тому числі і професійно-ділового спілкування

Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)

ПРН 8. Здатність використовувати методологічні прийоми маркетингових досліджень, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, методи вивчення цільового ринку, споживачів, їхніх мотивацій, тенденцій розвитку попиту; використовувати в маркетинговій діяльності інформаційно-комунікаційні технології та програмні продукти, необхідні для організації маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН 10. Здатність розробляти заходи для стимулювання збуту; аналізувати результати збутової політики; рекламних кампаній та готувати презентації щодо маркетингової діяльності.
ПРН 11. Здатність готувати плани розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій; досліджувати канали розподілу та розробляти схеми постачання товару до кінцевого споживача.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид	Тиждень семестру	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
-----------------	-----	------------------	---

	заняття		
Розділ 1. Основи CRM систем в маркетингу.			
<p>Тема 1. Сутність Customer Relationship Management та роль в маркетингу підприємства.</p> <p>Знати: - поняття Customer Relationship Management; функціональні складові CRM-рішень; - можливості CRM-технологій в діяльності телекомунікаційних підприємств; - історію та сучасний розвиток CRM систем; особливості управління маркетингом на основі CRM-технологій.</p> <p>Вміти: використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі</p> <p>-визначати вимоги до CRM-технологій в діяльності телекомунікаційних підприємств</p> <p>Формування компетенцій: ЗК8, ППк5, ППк12</p> <p>Результати навчання: ПРН8, ПРН10, ПРН11</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2.</p>	Лекція 1	1	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1	1	Усне опитування, тестування, робота з програмним забезпеченням
	Лекція 2	2	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2	2	Усне опитування, тестування, робота з програмним забезпеченням
<p>Тема 2. Класифікація традиційних та сучасних CRM систем в маркетингу.</p> <p>Знати: - основні види CRM-систем за традиційними та сучасними класифікаціями; специфічні види CRM систем на ринку телекомунікаційних послуг;</p> <p>Вміти: приймати управлінські рішення щодо вибору CRM системи, з урахуванням специфіки діяльності підприємства та з врахуванням особливостей ринку телекомунікаційних послуг</p> <p>Формування компетенцій: ЗК8, ППк5, ППк12</p> <p>Результати навчання: ПРН8, ПРН10, ПРН11</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2.</p>	Лекція 3	3	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3	3	Усне опитування, тестування, робота з програмним забезпеченням
	Лекція 4	4	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4	4	Усне опитування, тестування, робота з програмним забезпеченням
<p>Тема 3. Основні етапи стратегії впровадження CRM систем на телекомунікаційному підприємстві.</p> <p>Знати: стратегічний підхід до впровадження CRM систем в маркетингу; основні етапи стратегії впровадження CRM систем на підприємстві телекомунікацій; критерії вибору потенційно необхідних модулів CRM систем в маркетингу підприємства;</p> <p>можливі результати впровадження CRM систем в маркетингу на підприємстві</p> <p>Вміти: користуватися CRM системами онлайн та преміс версіями для підприємства телекомунікацій;</p> <p>використовувати модулі CRM систем для оптимізації маркетингу на підприємстві</p> <p>Формування компетенцій: ЗК8, ППк5, ППк12</p> <p>Результати навчання: ПРН8, ПРН10, ПРН11</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2.</p>	Лекція 5	5	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5	5	Усне опитування, тестування, робота з програмним забезпеченням
	Практичне заняття 6	6	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №1 «Основи CRM систем в маркетингу»

<p>Тема 1. Основні етапи стратегії впровадження CRM систем на телекомунікаційному підприємстві.</p> <p>Тема 2. Класифікація традиційних та сучасних CRM систем в маркетингу.</p> <p>Тема 3. Сутність Customer Relationship Management та роль в маркетингу підприємства.</p>	Самостійна робота	1-3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Функціональні складові CRM-рішень 2. Принципи CRM-систем в маркетингу підприємства 3. Особливості управління маркетингом на основі CRM-технологій. 4. Історія та сучасний розвиток CRM систем 5. Традиційна класифікація CRM систем 6. Операціональні CRM 7. Аналітичні CRM 8. Коллаборативні CRM 9. Комбіновані CRM 10. Етапи впровадження CRM систем на телекомунікаційному підприємстві. 11. Визначення набору потенційно необхідних модулів CRM-системи для підприємства телекомунікацій. 12. Ключові критерії успіху впровадження CRM систем
--	-------------------	-----	---

Розділ 2. Практичні аспекти впровадження CRM систем в маркетингу

<p>Тема 4. Характеристика CRM систем в маркетингу.</p> <p>Знати: основні характеристики CRM систем в маркетингу; основна мета впровадження CRM систем в маркетингу; призначення CRM систем в маркетингу; 8 переваг використання CRM для бізнесу</p> <p>Вміти: приймати рішення щодо вибору CRM-системи з врахуванням особливостей телекомунікаційних послуг; визначення мети впровадження CRM систем в маркетингу</p> <p>Формування компетенцій: ЗК8, ППк5, ППк12</p> <p>Результати навчання: ПРН8, ПРН10, ПРН11</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2.</p>	Лекція 6	6	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7	7	Усне опитування, тестування, робота з програмним забезпеченням
	Лекція 7	7	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8	8	Усне опитування робота з системами
	Лекція 8	8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9	9	Усне опитування, тестування, робота з програмним забезпеченням
	Практичне заняття 10	10	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 5. Результати впровадження CRM систем та оцінка ефективності.</p> <p>Знати: характеристики ефектів від впровадження CRM систем на підприємстві телекомунікацій; основи налаштування та адаптації CRM систем після впровадження на підприємстві; методи аналізу ефективності впровадження CRM систем</p> <p>Вміти: оцінювати ефективність роботи CRM систем в маркетингу телекомунікаційного підприємства; готувати звіти та будувати дашборди з результатами впровадження CRM-системи.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК8, ППк5, ППк12</p> <p>Результати навчання: ПРН8, ПРН10, ПРН11</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2.</p>	Лекція 9	9	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 11	11	Усне опитування, тестування, робота з програмним забезпеченням
	Практичне заняття 12	12	Усне опитування, тестування, робота з програмним забезпеченням
	Лекція 10	10	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13	13	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія

	Практичне заняття 14	14	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія
	Практичне заняття 15	15	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 11	11	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16	16	Усне опитування, тестування, робота з програмним забезпеченням
	Лекція 12	12	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 17	17	Усне опитування, тестування, робота з програмним забезпеченням
	Практичне заняття 18	18	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №2 «Практичні аспекти впровадження CRM систем в маркетингу»
Тема 4. Характеристика CRM систем в маркетингу. Тема 5. Результати впровадження CRM систем та оцінка ефективності.	Самостійна робота	4-18	1. Огляд CRM-системи Бітрікс 24 2. Огляд CRM-системи amoCRM 3. Огляд CRM-системи Мегалан 4. Огляд CRM-системи Terrasoft CRM 5. Огляд CRM-системи SugarCRM 6. Огляд CRM-системи MS Dynamics 365 7. Огляд CRM-системи CRM Siebel eBusiness 8. Огляд CRM-системи Naumen CRM 9. Огляд CRM-системи Salesforce 10. Огляд CRM-системи Zoho CRM 11. Огляд CRM-системи bpm'online 12. Огляд CRM-системи CampaignerCRM 13. Огляд CRM-системи Hubspot CRM

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: Microsoft Dynamics CRM, CRM Bitrix24 – CRM системи Google forms – систематизації даних в CRM
- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;
- Система дистанційного навчання і контролю Moodle –<http://dl.dut.edu.ua>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Електронний бізнес. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2018. – 292 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1477>
2. Грицунов О. В. Інформаційні системи та технології: навч. посіб. для студентів за напрямом підготовки «Транспортні технології» / О. В. Грицунов; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 222 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1137/view/1481>
3. Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів / Царьов Р.Ю. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. – 112 с.- <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/467>
4. Юдін О. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток: монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. – Полтава : РВВ

ПУЕТ, 2011. – 201 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1231>

5. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. – Івано-Франківськ : «Лілея-НВ» – 2015. – 264 с.- <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1658>

6. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання) / І.Б. Федішин. – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1659>

7. Шевчук І.Б. Прикладні інформаційні системи (конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання / І.Б. Шевчук . – Львів, ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – 58 с. - http://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/09/ПКС_конспект-лекцій.pdf

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.
- Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.

КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях, у т.ч.:	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 бала
	• ведення конспекту	за кожну лекцію 1,5 бали
	• участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь 0,25 бала
	Робота на практичних заняттях, у т.ч.:	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 бала
	• доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)	за кожну презентацію максимум 10 балів
	• усне опитування, тестування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь 0,5 бала
• участь у навчальній дискусії, обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь 2 бали	
• участь у діловій грі	за кожну участь 3 бали	
РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ (МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ)	Модульний контроль № 1 «Основи CRM систем в маркетингу»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль № 2 «Практичні аспекти впровадження CRM систем в маркетингу»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів
Додаткова оцінка	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у Всеукраїнських конкурсах наукових студентських робіт за спеціальністю, створення кейсів тощо.	Згідно рішення кафедри

ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ екзамен	Метою заліку є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Екзамен проходить у формі тестування.	Критерії оцінювання зазначено у таблиці	
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка / запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатися в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосуються дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
64-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усунути за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (Е)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FХ) В залікову книжку не представляється
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку.	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не представляється