

Информационные системы в экономике

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры
« 02 » 09 2024 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой
Л.Р. Магомаева

(подпись)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Система ИТ-управления взаимоотношения с клиентами

Направление подготовки

38.04.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль)

«Электронный бизнес»

Квалификация

магистр

Год начала подготовки 2024

Составитель  Т.Р. Магомаев

(подпись)

Грозный – 2024

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Концепция управления взаимоотношениями с потребителями (CRM).	(ОПК-4.1, ОПК-4.2, ПК-8.1)	Лабораторная работа
2	Разработка стратегии CRM - систем	(ОПК-4.3, ПК-8.2,)	CASE-задание + лабораторная работа
3	Структура и содержание CRM - систем	(ПК-8.2)	Лабораторная работа
4	Оценка эффективности CRM	(ПК-8.1, ПК-8.2)	Лабораторная работа
5	Процесс управления информацией в CRM	(ПК-8.1, ПК-8.2)	Лабораторная работа
6	Сравнительный анализ существующих CRM - систем	(ПК-8.1, ПК-8.2)	CASE-задание + Лабораторная работа

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	<i>Лабораторная работа</i>	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом	Комплект заданий для выполнения лабораторных работ
2	<i>Кейс - задания</i>	Техника обучения, использующая описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них.	Комплект заданий
3	<i>Зачет</i>	Итоговая форма оценки знаний	Вопросы к зачету

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Лабораторная работа №1 – «Концепция управления взаимоотношениями с потребителями (CRM)».

Лабораторная работа №2 + CASE-задание – «Разработка стратегии CRM – систем».

Лабораторная работа №3 – «Структура и содержание CRM – систем».

Лабораторная работа №4 – «Оценка эффективности CRM».

Лабораторная работа №5 – «Процесс управления информацией в CRM».

Лабораторная работа №6 + CASE-задание – «Сравнительный анализ существующих CRM – систем».

Критерии оценки ответов на лабораторные работы:

- не зачтено выставляется магистранту, если дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. магистрант не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

- зачтено выставляется магистранту, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные магистрантом самостоятельно в процессе ответа.

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д.МИЛЛИОНЩИКОВА**

Институт прикладных информационных технологий

Кафедра «Информационные системы в экономике»

**Вопросы к зачету по дисциплине
«Системы ИТ – управления взаимоотношения с клиентами»**

Вопросы к зачету

1. Маркетинг взаимоотношений (ОПК-4.1).
2. Предпосылки перехода к концепции управления взаимоотношениями с потребителями (ОПК-4.1).
3. Клиенты как ключевой бизнес- актив компании (ПК – 5).
4. Типы CRM. Стратегическая структура CRM.
5. Роль бизнес-стратегии в CRM.
6. Инструментарий анализа отраслевой и конкурентной среды.
7. Роль клиентской стратегии в CRM.
8. Разработка клиентской стратегии (ПК – 5).
9. Сегментация рынка.
10. Критерии и признаки сегментирования.
11. Уровни сегментации.
12. Разработка стратегии CRM. (ОПК-4.3)
13. Стратегическая матрица CRM.
14. Роль информации и ИТ в CRM (ОПК-4.1).
15. Технологические компоненты процесса управления информацией.
16. Репозиторий данных. Выбор и сочетание технологических опций для CRM
17. Ключевые факторы, влияющие на акционерную стоимость компании.
18. Стандарты CRM. Метрики CRM. Ключевые показатели эффективности CRM.
19. Система мониторинга эффективности CRM (ПК-8.1).
20. Оценка рентабельности инвестиций в CRM (ПК-8.1).
21. Основные элементы внедрения CRM.
22. Оценка готовности к CRM.
23. Уровни зрелости CRM. Управление переходом к CRM (ПК-8.1).
24. Управление проектами CRM (ПК-8.1).
25. Мотивация сотрудников. Поддержка инициатив CRM (ПК-8.1).

Критерии оценки ответов на зачете

Оценка **«зачтено»** выставляется магистранту, сформулировавшему достаточно полные и правильные ответы на поставленные вопросы. При ответе студент продемонстрировал владение основными терминами, логически верно и аргументировано выстраивал свой ответ, знал содержание учебной и научной литературы. Студент также правильно ответил на уточняющие и дополнительные вопросы.

Оценка **«не зачтено»** выставляется магистранту, если он не дал ответа хотя бы по одному вопросу билета, либо дал неверные, содержащие фактические ошибки ответы на все вопросы, не смог ответить на дополнительные и уточняющие вопросы. Оценка **«незачет»** ставится магистранту, отказавшемуся отвечать по билету или не явившемуся на зачёт.

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Лабораторная работа №1.

Тема: «Концепция управления взаимоотношениями с потребителями (CRM)».

Задание:

1. Создайте 2 счета по двум разным сделкам.
2. Создавая счета используйте готовые данные, занесенные в систему.

Контрольные вопросы по лабораторной работе 1

1. Что такое CRM-система?
2. Какие задачи решают такие системы?
3. Что такое «Мегаплан»?
4. Перечислите все известные вам модули системы?
5. В чем отличие системы «Мегаплан» от других систем?

Лабораторная работа №2

Тема: «Анализ критериев эффективности системы Мегаплан».

Задание: Провести анализ эффективности использования системы «Мегаплан» в различных отраслях деятельности.

Контрольные вопросы к лабораторной работе 2

1. Как работает техподдержка системы «Мегаплан»?
2. Что такое воронка продаж?
3. Какие есть роли в системе и как раздаются права доступа?
4. В чем смысл мастера отчетов?
5. Как функционирует модуль «продажи»?

Пример CASE-задания. «Сеть платных поликлиник»

Платная поликлиника - многопрофильное лечебное учреждение для оказания медицинской помощи. Все больные проходят обязательную регистрацию, при которой сотрудником регистратуры в базу данных заносятся стандартные анкетные данные. Больные имеют возможность попасть на приём к врачу или сдать анализы в лаборатории.

Приём у врача производится по предварительной записи. Руководство сети желает предоставлять различные возможности: запись через интернет, call-центр либо лично через регистратуру. Перед проведением приёма пациент получает талон посещения на оплату и маршрутный лист в регистратуре, после чего оплачивает медицинские услуги в кассе. Все рекомендации и изменения, связанные со здоровьем пациента должны фиксироваться врачом. Для определенных категорий граждан (пенсионеры, инвалиды и т.д.) должны быть предусмотрены специальные программы лояльности.

У компании имеются проблемы:

- У клиентов имеются сложности с записью на прием
- Малая автоматизация составления отчетов
- Отсутствие автоматической рассылки для информирования клиента
- Отсутствие программы лояльности
- Отсутствует удобная возможность для пациента отказаться от приема (телефонная линия часто занята)

- Отсутствует возможность при занятости нужного врача, поставить пациента в очередь, а затем, в случае наличия талона, послать пользователю онлайн-оповещение (на почтовый ящик)

- Отсутствует возможность дистанционного доступа пациента к своей истории болезней и рекомендациям.

ЗАДАНИЕ - Сформировать требования к CRM-системе сети поликлиник в рамках поддержки процессов обслуживания клиентов и автоматизации составления отчетов.

Лабораторная работа №3

Тема: «Структура и содержание CRM - систем»

Задание: 1. Создайте новую организацию. Внесите все необходимые данные в карточку организации. 2. Добавьте 10 сотрудников через модуль «Персонал». 3. Создайте 2 группы с названиями «Бухгалтерия» и «Call - центр». Внесите в бухгалтерию 2 человека, а в Call – центр 3 человека, распределите остальных по подразделениям. 4. Создайте группу склад и внесите в эту группу 1 сотрудника. 5. Увольте сотрудника из группы склад и на его место возьмите нового сотрудника. 6. Внесите в систему новые контактные данные для вашей организации: корпоративный почтовый ящик, телефон. 7. Создайте новое дело в отношении одного или нескольких клиентов: укажите дату и время, когда клиента нужно встретить в аэропорту, задайте статус важности этому делу и назначьте сотрудника на выполнение.

Контрольные вопросы к лабораторной работе 3.

- 1) Назначение системы «Простой бизнес»?
- 2) Основные модули системы?
- 3) В чем универсальность системы «Простой бизнес»?
- 4) Какие режимы работы с клиентской базой существуют в системе?
- 5) Какие форматы документов для импорта клиентской базы поддерживает система?

Лабораторная работа №4

Тема: «Оценка эффективности CRM».

Задание: 1) Установите автоматический учет документов и дел. 2) Прикрепите файл с документом к выполняемой задаче. 3) Создайте шаблон договора об аренде и шаблон договора на выполнение заказа. 4) Выберите клиента, создайте новый заказ, привязанный к выбранному клиенту, установите статус к заказу, отправьте заказ клиенту с документами. 5) Создайте по одному варианту приходного и расходного ордеров. 6) Предоставьте 2 –м сотрудникам разрешение на работу с бухгалтерией. 7) Подготовьте файл Excel с данными по товарам: 10 видов товара с полями – код, группа, артикул, наименование, описание, цена. 8) Заполните 5 позиций в модуле «товары» через карточку товара. 9) Импортируйте данные из документа Excel, настройте поля в соответствии с полями документа. 10) добавьте два новых склада с разными характеристиками. 11) Добавьте в эти склады товары в соответствии с характеристиками товаров. 12) Отправьте всем сотрудникам сообщение о необходимости прохождения повышения квалификации до 01.07.2019 г. 13) Используйте чат для того, чтобы вызвать главного бухгалтера на совещание в 16 часов. 14) Подготовьте заранее небольшой презентационный материал о новых рынках. Создайте в системе видеоконференцию и разошлите всем участникам презентационный материал.

Контрольные вопросы к лабораторной работе 4.

- 1) Как работает автоматический учет дел в «Простой бизнес»?
- 2) Какой модуль отвечает за ведение бухгалтерии и склада?
- 3) Основные элементы модуля «Коммуникации»?
- 4) Сколько режимов работы с документами в системе?
- 5) Для чего нужен общий чат в системе?

Лабораторная работа №5

Тема: «Процесс управления информацией в CRM».

Задачи по заданию.

1.Создайте интернет – магазин, который будет прикреплен к вашей компании.

Контрольные вопросы к лабораторной работе 5

1) Как работает система создания сайтов в системе?

2) В чем сложности работы с мастером сайтов?

3) В чем преимущества работы в мастере?

Пример CASE-задания. «Интернет магазин»

Интернет магазин продает одежду через Интернет. Работа Интернет магазина организована следующим образом: на Интернет сайте представлены некоторые товары. Каждый из них имеет наименование, цену и единицу измерения (штуки). Клиенту предлагается зарегистрироваться на сайте и выбрать нужные ему товар и размер. Клиент может выбрать несколько товаров и после примерки выбрать для него подходящие.

Существует курьерская доставка в магазин или непосредственно на дом клиенту. Если товар клиенту не подошел, то оформляется возврат.

ЗАДАНИЕ

Провести моделирование бизнес-процесса обслуживания клиента, используя возможности CRM-решения с учетом следующих требований к процессу:

- Отслеживать в расширенной воронке продаж такие опциональные этапы как: качественные посетители (выполняющие некоторые действия), добавление товара в корзину, посещение корзины, скачивание прайс-листа и другие заданные события;
- Видеть поведение каждого клиента, его внутренние и внешние поисковые запросы, просмотренные товары, точки и источники входа на сайт, время, проведенное на сайте и количество просмотренных страниц.

Лабораторная работа №6

Тема: «Сравнительный анализ CRM - систем»

Задание: Используя текстовый документ MS Word подготовить отчет о проведенном анализе CRM-систем – «Мегаплан», «Простой бизнес» и одну систему на выбор магистранта. Результаты проведенного анализа оформляются в качестве отчета. В анализе должно быть описание каждой системы в отдельности, а также таблица «Сравнительного анализа» систем, после которой должен быть итог – вывод о проведенном анализе.

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 1

**Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТП группа «ЗБИН-21м» семестр 2**

1. Разработка стратегии CRM
2. Роль информации и ИТ в CRM
3. Технологические компоненты процесса управления информацией

УТВЕРЖДЕНО зав. кафедрой
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____ Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 2

**Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТП группа «ЗБИН-21м» семестр 2**

1. Маркетинг взаимоотношений
2. Клиенты как ключевой бизнес- актив компании
3. Типы CRM. Стратегическая структура CRM

УТВЕРЖДЕНО зав. кафедрой
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____ Л.Р. Магомаева

БИЛЕТ № 3

**Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТП группа «ЗБИН-21м» семестр 2**

1. Клиенты как ключевой бизнес- актив компании
2. Разработка клиентской стратегии
3. Сегментация рынка

УТВЕРЖДЕНО зав. кафедрой
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____ Л.Р. Магомаева

БИЛЕТ № 4

Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТЦ группа «ЗБИН-21м» семестр 2

- 1.Инструментарий анализа отраслевой и конкурентной среды
- 2.Роль информации и ИТ в CRM
- 3.Технологические компоненты процесса управления информацией

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

БИЛЕТ № 5

Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТЦ группа «ЗБИН-21м» семестр 2

- 1.Стратегическая матрица CRM
- 2.Репозиторий данных. Выбор и сочетание технологических опций для CRM
- 3.Ключевые факторы, влияющие на акционерную стоимость компании

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

БИЛЕТ № 6

Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТЦ группа «ЗБИН-21м» семестр 2

- 1.Стандарты CRM. Метрики CRM
- 2.Ключевые показатели эффективности CRM
- 3.Система мониторинга эффективности CRM

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

БИЛЕТ № 7

Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТЦ группа «ЗБИН-21м» семестр 2

- 1.Типы CRM. Стратегическая структура CRM.
- 2.Роль бизнес-стратегии в CRM
- 3.Система мониторинга эффективности CRM

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

БИЛЕТ № 8

**Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТП группа «ЗБИН-21м» семестр 2**

1. Роль информации и ИТ в CRM
2. Оценка готовности к CRM
3. Уровни зрелости CRM. Управление переходом к CRM

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

БИЛЕТ № 9

**Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТП группа «ЗБИН-21м» семестр 2**

1. Типы CRM. Стратегическая структура CRM
2. Система мониторинга эффективности CRM
3. Оценка рентабельности инвестиций в CRM

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

БИЛЕТ № 10

**Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТП группа «ЗБИН-21м» семестр 2**

1. Уровни зрелости CRM. Управление переходом к CRM
2. Управление проектами CRM
3. Мотивация сотрудников. Поддержка инициатив CRM

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

БИЛЕТ № 11

Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТЦ группа «ЗБИН-21м» семестр 2

1. Предпосылки перехода к концепции управления взаимоотношениями с потребителями
2. Типы CRM. Стратегическая структура CRM
3. Роль бизнес-стратегии в CRM

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой
Л.Р. Магомаева

БИЛЕТ № 12

Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТЦ группа «ЗБИН-21м» семестр 2

1. Роль клиентской стратегии в CRM
2. Система мониторинга эффективности CRM
3. Оценка рентабельности инвестиций в CRM

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой
Л.Р. Магомаева

БИЛЕТ № 13

Дисциплина «Системы ИТ-управления взаимоотношения с клиентами»
Институт ИЦЭиТЦ группа «ЗБИН-21м» семестр 2

1. Ключевые факторы, влияющие на акционерную стоимость компании.
2. Стандарты CRM. Метрики CRM.
3. Ключевые показатели эффективности CRM.

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой
Л.Р. Магомаева