CRM системы взаимоотношения с клиентами

Цель дисциплины:

формирование знаний, позволяющих создать целостное представление о концепции управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), изучение процессов разработки и внедрения концепции CRM на предприятии, приобретение навыков самостоятельной работы с программными продуктами соответствующего класса (CRM-системами).

Краткое содержание:

Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. Архитектура, состояние рынка и особенности проектов по внедрению систем управления взаимоотношениями с клиентами. Процесс разработки стратегии CRM Реализация функций маркетинга в CRM. Поддержка процессов продаж в CRM-системах Аналитические возможности CRM систем.