

Информационные технологии управления взаимоотношениями 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).

Место дисциплины в структуре ОП:

Дисциплина «Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами» является дисциплиной вариативной части основной образовательной программы и входит в модуль дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля по направлению подготовки 38.03.05 – «Бизнес-информатика», профиль «ИТ-менеджмент в бизнесе».

Краткое содержание дисциплины:

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. Проблемы интеграции информации о клиентах, хранилища данных. Средства анализа CRM-систем (методы многомерного статистического анализа, средства Data Mining, прогнозирования). OLAP-технологии (аналитическая обработка в режиме реального времени) в CRM-системах.