

Аннотация дисциплины

«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 образовательной программы

Дисциплина «Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами» является дисциплиной по выбору вариативной части модуля дисциплин, углубляющих освоение профиля для направления подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика», профиль: «ИТ-менеджмент в бизнесе».

Краткое содержание

Теоретические аспекты клиенто-ориентированного 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.