

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет - ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Г.А. Хагуров

(подпись)

« 31 » *мар* / 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.09 УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯМИ В БИЗНЕС-СРЕДЕ

Направление подготовки/специальность 38.04.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль) / специализация Моделирование и оптимизация
бизнес-процессов

Форма обучения очно/заочная

Квалификация магистр

Краснодар 2024

Рабочая программа дисциплины «Управление взаимодействиями в бизнес-среде» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика

Программу составил(и):
Д.Е. Бутенко, к.э.н., доцент
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание




подпись

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры теоретической экономики, протокол № 9 от «2» апреля 2024 г.

Заведующий кафедрой теоретической экономики

Сидоров В.А.
фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета, протокол № 9 от «14» мая 2024 г.

Председатель УМК факультета

Дробышевская Л.Н
фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

Соболев Э.В., директор Краснодарского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, к.э.н., доцент.

Шевченко И.В., декан экономического факультета КубГУ, заведующий кафедрой мировой экономики и менеджмента, д.э.н., профессор.

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины.

Сформировать у обучающихся навыки применения инструментария управления взаимодействиями в бизнес-среде, основанных на использовании современных технологий.

1.2 Задачи дисциплины:

- овладение стратегиями, методам, инструментам и технологиям, которые использует бизнес для развития, удержания и привлечения клиентов;
- овладение представлением о том, как проекты в сфере управления взаимодействиями в бизнес-среде реализуются на практике в различных отраслях и типах предприятий;
- изучение основных концепций в области управления взаимодействиями с клиентами;
- выявление особенностей основных операционных и аналитических CRM-инструментов;
- ознакомление с основами разработки комплексных планов внедрения CRM для различных типов предприятий;
- понимание ключевых факторов успеха и рисков внедрения CRM.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «управление взаимодействиями в бизнес-среде» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана 38.04.05 «Бизнес-информатика», магистерская программа «Моделирование и оптимизация бизнес-процессов».

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для ее изучения:

- архитектура предприятия (продвинутый уровень)
- системный анализ и методы принятия управленческих решений;

Перечень последующих дисциплин, для которых данная дисциплина является предшествующей в соответствии с учебным планом:

- документационное обеспечение управления;
- управление изменениями;
- производственная практика.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	
ИОПК-4.1. Применяет инструментарий управления взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	Знает принципы, стандарты и методы управления взаимодействием с клиентами и персоналом. Знает инструменты организации договорных отношений и деловых переговоров в бизнес-среде. Умеет управлять процессами взаимодействия с клиентами и персоналом в организации. Умеет организовать договорные отношения и деловые переговоры в бизнес-среде. Определяет тенденции и перспективы в управлении взаимодействием с клиентами и персоналом в организации. Использует инструментарий составления отчетов о результатах договорных отношений и деловых переговоров в бизнес-среде.

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения	
		заочная	очная
	1 курс (часы)	1 курс (часы)	1 курс (часы)
Контактная работа, в том числе:	36,4	12,2	24,2
Аудиторные занятия (всего):	36	12	24
занятия лекционного типа	10	4	6
практические занятия	26	8	18
Иная контактная работа:	0,4	0,2	0,2
Контроль	3,8	3,8	-
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,4	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	175,8	92	83,8
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	175,8	92	83,8
Контроль:	зачет	зачет	зачет
Подготовка к экзамену			
Общая трудоёмкость	216	108	108
	36,4	12,2	24,2
	72	36	36

2.2 Содержание дисциплины

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины
 Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 1 курсе (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Предпосылки возникновения и сущность управления взаимодействиями в бизнес-среде.	13	1	2	-	10
2	Сущность взаимодействий компании с различными клиентскими группами.	13	1	2	-	10
3	Процессы привлечения и удержания потребителя. Стратегии управления взаимодействиями.	14	1	3	-	10
4	Удовлетворенность и лояльность клиента: методы оценки. Формирование клиентского капитала.	14	1	3	-	10
5	Информационная среда управления взаимодействиями с клиентами. Программные обеспечение CRM.	27,8	1	3	-	23,8
6	Психология ведения переговоров и управления конфликтами в процессе управления взаимодействиями с клиентами и персоналом организации.	14	1	3	-	10
7	Организация и ведение договорных отношений в рамках управления взаимодействиями в бизнес-среде.	7	-	1	-	6
8	Методы мотивации персонала на эффективное взаимодействие в сфере ИТ-сервисов	6,2		1		5,2
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		108	6	18	-	83,8
Контроль самостоятельной работы (КСР)		83,8	-	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	-	-	-	-
Контактная работа		24,2	-	-	-	-
Общая трудоемкость по дисциплине		108	6	18	-	83,8

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 1 курсе (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Предпосылки возникновения и сущность управления взаимодействиями в бизнес-среде.	12	1	1	-	10
2	Сущность взаимодействий компании с различными клиентскими группами.	20	-	1	-	19
3	Процессы привлечения и удержания потребителя. Стратегии управления взаимодействиями.	12	1	1	-	10
4	Удовлетворенность и лояльность клиента: методы оценки. Формирование клиентского капитала.	12	1	1	-	10
5	Информационная среда управления взаимодействиями с клиентами. Программные обеспечение CRM.	24	-	1	-	23
6	Психология ведения переговоров и управления конфликтами в процессе управления взаимодействиями с клиентами и персоналом организации.	12	1	1	-	10
7	Организация и ведение договорных отношений в рамках управления взаимодействиями в бизнес-среде.	12	-	1	-	11
8	Методы мотивации персонала на эффективное взаимодействие в сфере ИТ-сервисов	4		1		3
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		108	4	8	-	92
Контроль самостоятельной работы (КСР)		92	-	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	-	-	-	-
Контактная работа		12,2	-	-	-	-
Общая трудоемкость по дисциплине		108	4	8	-	92

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Предпосылки возникновения и сущность управления взаимодействиями в бизнес-среде.	Исторические корни «клиенто-ориентированного» подхода. Характеристика стратегии взаимодействия с покупателями на этапе персонализации. Характеристика стратегии взаимодействия с покупателями на этапе массового потребления. Характеристика стратегии взаимодействия с покупателями в эпоху развития компьютерных технологий. Управление взаимодействиями как бизнес-стратегия.	О
2.	Сущность взаимодействий компании с различными клиентскими группами.	Технологии создания истории взаимодействий клиента и фирмы. Пирамида ценностей в эпоху CRM. Характеристика форм взаимодействия с клиентом. Стратегия производителя в индустриальной экономике. Пирамида мотивов в индустриальной экономике. Стратегия производителя в «новой» экономике. Пирамида мотивов «новой» экономики.	О
3.	Процессы привлечения и удержания потребителя. Стратегии управления взаимодействиями.	Цикл информационных процессов с CRM. Цели использования CRM систем. Точки взаимодействия компании и клиента. Эволюция методов удержания клиентов. Стратегические требования к подразделениям, осуществляющим взаимодействие с клиентами. Расчет доходности\ценности клиента. Обслуживание клиента на основе модели ценности.	Р
4.	Удовлетворенность и лояльность клиента: методы оценки. Формирование клиентского капитала.	Элементы клиентского капитала и его измерение. Связь между лояльностью клиентов и клиентским капиталом предприятия. Управление клиентским портфелем организации с целью повышения ее клиентского капитала. Типы клиентов в зависимости от факторов лояльности. Классификация факторов удовлетворенности Н. Каню.	О
5.	Информационная среда управления взаимодействиями с клиентами. Программное обеспечение CRM.	Обзор CRM-решений в России. Системы автоматизации продаж. Основные функциональные модули и стратегии их использования. Управление и анализ продаж в CRM-системах. Интеграция фронт-офисной деятельности. CRM-поддержка и контроль функций менеджеров по продажам. Автоматизация продаж и мобильные решения CRM.	О

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1.	Предпосылки возникновения и сущность управления взаимодействиями в бизнес-среде.	Исторические корни «клиенто-ориентированного» подхода. Характеристика стратегии взаимодействия с покупателями на этапе персонализации. Характеристика стратегии взаимодействия с покупателями на этапе массового потребления. Характеристика стратегии взаимодействия с покупателями в эпоху развития компьютерных технологий. Управление взаимодействиями как бизнес-стратегия.	О

2.	Сущность взаимодействий компании с различными клиентскими группами.	Технологии создания истории взаимодействий клиента и фирмы. Пирамида ценностей в эпоху CRM. Характеристика форм взаимодействия с клиентом. Стратегия производителя в индустриальной экономике. Пирамида мотивов в индустриальной экономике. Стратегия производителя в «новой» экономике. Пирамида мотивов «новой» экономики.	О
3.	Процессы привлечения и удержания потребителя. Стратегии управления взаимодействиями.	Цикл информационных процессов с CRM. Цели использования CRM систем. Точки взаимодействия компании и клиента. Эволюция методов удержания клиентов. Стратегические требования к подразделениям, осуществляющим взаимодействие с клиентами. Расчет доходности\ценности клиента. Обслуживание клиента на основе модели ценности.	О
4.	Удовлетворенность и лояльность клиента: методы оценки. Формирование клиентского капитала.	Элементы клиентского капитала и его измерение. Связь между лояльностью клиентов и клиентским капиталом предприятия. Управление клиентским портфелем организации с целью повышения ее клиентского капитала. Типы клиентов в зависимости от факторов лояльности. Классификация факторов удовлетворенности Н. Кано.	О
5.	Информационная среда управления взаимодействиями с клиентами. Программное обеспечение CRM.	Проблемы интеграции информации о клиентах, хранилища данных. Средства анализа CRM-систем.	О
6.	Психология ведения переговоров и управления конфликтами в процессе управления взаимодействиями с клиентами и персоналом организации.	Условия проведения переговоров. Этапы ведения переговоров. Элементы принципиальных переговоров (люди, интересы сторон, взаимовыгодные варианты, критерии результатов). Описание конфликтной ситуации. Объект и субъект конфликта. Участники конфликта. Способы разрешения конфликта. Описание прогнозируемой послеконфликтной стадии. Принципы возможного участия посредника в переговорах.	Р
7.	Организация и ведение договорных отношений в рамках управления взаимодействиями в бизнес-среде.	Содержание, организация и принципы договорной работы. Техника договорной работы на стадии заключения договора. Организация сопровождения заключенного договора. Текущий внутренний контроль за исполнением договора. Организации контроля за исполнением договора контрагентом.	Р

Написание реферата (Р), опрос (О).

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий с использованием программного обеспечения amoCRM, Битрикс24 CRM+.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Управление взаимодействиями в бизнес-среде».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме *опроса, доклада-презентации по теме реферата*, и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИОПК-4.1. Применяет инструментарий управления взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	Знает принципы, стандарты и методы управления взаимодействием с клиентами и персоналом.	Опрос по теме «Предпосылки возникновения и сущность управления взаимодействиями в бизнес-среде».	Вопрос на зачете 1-3
2	-	Знает инструменты организации договорных отношений и деловых переговоров в бизнес-среде.	Опрос по теме «Организация и ведение договорных отношений в рамках управления взаимодействиями в бизнес-среде».	Вопрос на зачете 4-7
3	-	Умеет управлять процессами взаимодействия с клиентами и персоналом в организации.	Опрос по теме «Сущность взаимодействий компании с различными клиентскими группами».	Вопрос на зачете 8-11
4	-	Умеет организовать договорные отношения и деловые переговоры в бизнес-среде.	Реферат по теме «Организации контроля за исполнением договора контрагентом».	Вопрос на зачете 12-15
5	-	Определяет тенденции и перспективы в управлении взаимодействием с клиентами и персоналом в организации.	Реферат по теме «Проблемы интеграции информации о клиентах, хранилища данных. Средства анализа CRM-систем».	Вопрос на зачете 28-30
6	-	Использует инструментарий составления отчетов о результатах договорных отношений и деловых переговоров в бизнес-среде.	Опрос по теме «Психология ведения переговоров и управления конфликтами в процессе управления взаимодействиями с клиентами и персоналом организации».	Вопрос на зачете 30-35

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный перечень вопросов и заданий

Опрос

Темы вопросов.

1. Назначение стратегии CRM. Определение термина CRM.
2. Сущность и принципы концепции CRM. Предпосылки возникновения данного подхода.
3. Информационные системы управления взаимоотношения с клиентом (CRM). Назначение, взаимосвязь с применением концепции CRM.
4. Классификация и функции, типы CRM.
5. Основные компоненты систем CRM.
6. Источники эффективности CRM.

7. История развития CRM.
8. Преимущества, получаемые от внедрения CRM.
10. Исторические корни «клиенто-ориентированного» подхода.
11. Характеристика стратегии взаимодействия с покупателями на этапе персонализации.
12. Характеристика стратегии взаимодействия с покупателями на этапе массового потребления.
13. Характеристика стратегии взаимодействия с покупателями в эпоху развития компьютерных технологий.
14. Управление взаимодействиями как бизнес-стратегия.
15. Особенности CRM-систем в различных сферах деятельности. Внедрение CRM-систем в финансовых организациях (банки, страховые и инвестиционные компании).

Реферат

Тематика рефератов.

1. Архитектурные компоненты системы CRM. Интеграция с другими системами.
2. Обзор рынка CRM-решений.
3. Рынок Российских CRM-систем.
4. Эволюция маркетинга: продуктовый маркетинг, прямой маркетинг, целевой маркетинг. Маркетинг «по событию», маркетинг «по разрешению», маркетинг отношений и концепция «один на один».
5. Маркетинговые технологии в CRM-системах.
6. Принципы сегментации клиентов.
7. Формирование целевых групп клиентов.
8. Сегментирование клиентов по реакции на маркетинговые предложения.
9. Сегментирование клиентов по стратегии приобретения.
10. Управление маркетинговыми кампаниями в CRM-системах.
11. Приемы совершенствования маркетинговых кампаний.
12. CRM-поддержка маркетинговых кампаний «замкнутого цикла».
13. Методы удержания клиента. Оптимизация каналов продаж.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Понятие управления взаимодействием с клиентами. Суть стратегии управления взаимодействиями в бизнесе.
2. Подходы к использованию термина управление взаимодействиями с клиентами.
3. Схема организационных элементов стратегии и тактики управления взаимодействиями с клиентами.
4. Понятие клиента, типы клиентов.
5. Эволюцию на рынке управления предприятиями на основе получения конкурентных преимуществ. Исторические корни «клиенто-ориентированного» подхода.
6. Взаимодействие партнеров в бизнесе. Модели взаимодействия партнеров.
7. Модель Д. Уилсона.
8. Модель Т.О'Тула и Б. Доналдсона.
9. Модель Д. Форда.
10. Формы взаимодействия с клиентами.
11. Пирамида мотивов.
12. Маркетинг взаимоотношений: понятие и стратегия взаимоотношений.
13. Основные этапы эволюции моделей и принципов маркетингового управления поведением потребителей.
14. Алгоритм поведения потребителей в зависимости от степени сетевой социализации.
15. Развитие ценностного подхода в концепции маркетинга.

16. Подходы к определению лояльности.
17. Виды лояльности.
18. Механизм формирования вовлечённости клиентов во взаимодействие с компанией.
19. Зависимость между удовлетворенностью клиента и его ценностью в течение жизненного цикла.
20. Удовлетворенность клиента: определение и методы расчета показателя.
21. Индекс удовлетворенности клиентов (CSI).
22. Чистый индекс промоутера (NPS).
23. Модель Норияки Кано (оценка удовлетворенности отдельными свойствами и характеристиками товара).
24. Удовлетворенность и показатели эффективности фирмы. Взаимосвязь между ростом показателей эффективности фирмы и общим ростом удовлетворенности ее клиентов (примеры исследований).
25. Ценность клиента в течение его жизненного цикла (CLV). Пожизненная ценность клиента (ПЦ).
26. Способы моделирования CLV.
27. Модели на основе прошлого поведения клиентов (past customer behavior models).
28. Модели, учитывающие прошлое и будущее поведение клиентов (future-past customer behavior models).
29. Ожидаемый CLV.
30. Максимизация CLV.
31. Показатели оценки эффективности управления взаимодействиями.
32. Категории экономических эффектов: прямые экономические эффекты, косвенные экономические эффекты, эффекты снижения рисков.
33. Цели и задачи внедрения систем CRM.
34. Жизненный цикл CRM-системы.
35. Типы CRM-систем. Операционные CRM-системы. Аналитические CRM-системы. Коллаборационные CRM-системы. Комбинированные CRM-системы.
36. Функции CRM-систем.
37. Сегментирования клиентской базы в CRM-системах.
38. Этапы внедрения эффективной системы взаимодействия с клиентами с использованием CRM систем.

Критерии оценивания результатов обучения

Критерии оценивания по зачету:

«зачтено»:

студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, знает принципы, стандарты и методы управления взаимодействием с клиентами и персоналом, а также инструменты организации договорных отношений и деловых переговоров в бизнес-среде., допускает незначительные ошибки;

студент умеет правильно объяснять процессы взаимодействия с клиентами и персоналом в организации.

«не зачтено»: материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры организации договорных отношений и деловых переговоров в бизнес-среде, довольно ограниченный объем знаний о том, как проекты в сфере управления взаимодействиями в бизнес-среде реализуются на практике в различных отраслях и типах

предприятий.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Беркутова, Татьяна Алексеевна. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие для студентов вузов / Т. А. Беркутова. - Ростов н/Д : Феникс, 2023. - 254 с. : ил. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 253-254. - ISBN 9785222130315. Экземпляры: Всего: 1, из них: уч-1.

2. Иган, Джон. Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник для студентов вузов / Д. Иган ; [пер. с англ. Е. Э. Лалаян]. - 2-е изд. - Москва : [ЮНИТИ-ДАНА], 2022. - 363 с. : ил. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 0273686232. - ISBN 9785238013213. Экземпляры: Всего: 14, из них: уч-12, чз-2.

5.2. Периодическая литература

(хранится в фонде Научной библиотеки КубГУ)
<https://www.kubsu.ru/ru/node/15554>, и/или электронные периодические издания доступ к которым имеет КубГУ):

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>
3. Экономические стратегии. Журнал.
4. Маркетинг в России и за рубежом. Журнал.
5. Экономика: теория и практика. <http://econ.kubsu.ru/econtp.html>.

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;

10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий [http://mschool.kubsu.ru/](http://mschool.kubsu.ru;);
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические указания:

– методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya;>

– методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya;>

– методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya;>

– методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: [https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya.](https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya;)

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории, кабинеты и лаборатории, оснащенные необходимым специализированным и лабораторным оборудованием.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
------------------------------------	------------------------------------	---

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ Лаборатория информационных и управляющих систем 201Н Лаборатория экономической информатики 202Н	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютеры, ноутбуки Оборудование: ПК, Терминальные станции, Усилитель автономный беспроводной	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С: Предприятие 8 SPSS Statistics Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
--	--	--