

Назва освітнього компонента	CRM-системи в управлінні бізнесом
Факультет	Факультет менеджменту
Кафедра	Кафедра менеджменту
ПІБ НПП або ПП, науковий ступінь, вчене звання	Богашко О.Л. к.е.н., доцент
Рівень (рівні) вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Загальний обсяг освітнього компонента	3 кредити ЄКТС / 90 годин
Семестр (семестри) вивчення	6
Форма підсумкового контролю	Залік
Мова викладання	Українська
Форми здобуття освіти та розподіл годин	Денна – 90: лекції – 14; практичні – 16; самостійна робота – 60. Заочна – 90: лекції – 6; практичні – 6; самостійна робота – 78.
Коротка анотація та мета	Курс спрямований на формування у здобувачів вищої освіти системного розуміння можливостей використання CRM-систем у процесах управління взаємовідносинами з клієнтами, продажами, маркетинговими комунікаціями та сервісним обслуговуванням. У межах дисципліни розглядаються принципи побудови клієнтоорієнтованої системи управління, функціональні можливості CRM-платформ, автоматизація роботи з клієнтською базою, управління воронкою продажів, сегментація клієнтів, аналітика взаємодії та оцінювання ефективності CRM-рішень. Мета курсу – формування теоретичних знань і практичних навичок щодо застосування CRM-технологій для систематизації роботи з клієнтами, автоматизації бізнес-процесів, підвищення ефективності продажів і маркетингу та забезпечення довгострокової клієнтської лояльності.
Компетентності та/або результати навчання, що формуються або поглиблюються	Результати навчання: розуміти сутність, призначення та функціональні можливості CRM-систем; визначати роль CRM у формуванні клієнтоорієнтованої моделі бізнесу; організовувати та структурувати клієнтську базу даних; використовувати CRM-системи для планування й контролю продажів; формувати та аналізувати воронку продажів; здійснювати сегментацію клієнтів та оцінювати їхню цінність для бізнесу; автоматизувати основні процеси взаємодії з клієнтами; аналізувати показники клієнтської активності, продажів і результативності менеджерів; використовувати CRM-аналітику для обґрунтування управлінських рішень; оцінювати ефективність упровадження CRM-систем та їх вплив на результативність діяльності підприємства.
Пререквізити / рекомендований рівень підготовки	Базові знання з дисциплін «Менеджмент», «Маркетинг», «Інформаційний менеджмент», «Ділові комунікації».
Мінімальна та максимальна чисельність групи	Від 5 до 30 осіб