

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 16.10.2025 16:38:25
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»
ВЫСШАЯ ШКОЛА УПРАВЛЕНИЯ**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА
ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ/ПРАКТИКЕ**

CRM И АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОДАЖ

(наименование дисциплины/практики)

**Оценочные материалы рекомендованы МССН для направления подготовки/
специальности:**

38.03.05 «Бизнес-информатика» / 38.03.02 «Менеджмент»

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины/практики ведется в рамках реализации основной
профессиональной образовательной программы (ОП ВО, профиль/
специализация):**

E-COMMERCE - ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

(направленность и реквизиты открытия ОП ВО)

Оценочные материалы разработаны/актуализированы для учебного года:

2025/2026

(учебный год)

Москва

1. БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ/ПРАКТИКЕ

Оценивание уровня сформированности компетенций по итогам изучения дисциплины «CRM и автоматизация продаж» осуществляется в соответствии с действующей в РУДН Балльно-рейтинговой системой (БРС).

Таблица 1.1. Балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций по дисциплине/практике

Код контролируемой компетенции или ее части	Контролируемый раздел дисциплины	Контролируемая тема дисциплины	ФОСы (формы контроля уровня освоения ООП)										Экзамен/Зачет	Баллы темы	Баллы раздела
			Аудиторная работа						Самостоятельная работа						
			Опрос	Тест	Коллоквиум	Контрольная работа	Выполнение ЛР	Работа на занятии	Выполнение ДЗ	Реферат	Выполнение РГР	Выполнение КР/КП			
УК-3.1; УК-3.2; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3;	Раздел 1: CRM маркетинг	Тема 1: Коммуникация в CRM – маркетинге	10			5		5	5						25

ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4															
		Тема 2. Бизнес-процесс CRM – маркетинга	10			5									15
УК-3.1; УК-3.2; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4	Раздел 2: Система взаимоотношениями с клиентами	Тема 2.1. Сущность, принципы и концепции систем взаимоотношениями с клиентами. Состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами	10					5	5						20

УК-3.1; УК-3.2; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4	Раздел 3: Конфигурация CRM- системы на платформе 1С	Тема 3.1. Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С. Настройки конфигурации CRMсистемы на платформе 1С	10			10									20
		Зачет с оценкой											20		20
		Итого:	40			20		10	10				20		100

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. АКТИВНАЯ РАБОТА НА СЕМИНАРСКОМ ЗАНЯТИИ

Используется для оценки освоения материала и уровня сформированности компетенций в области CRM и автоматизации продаж.

Критерии оценивания активности на семинаре:

- Участие в разборе кейсов по внедрению CRM-систем;
 - Применение инструментов автоматизации продаж;
 - Анализ бизнес-процессов и предложение улучшений;
 - Обсуждение интеграций с ERP, маркетинговыми и аналитическими системами.
-

2.2. ЭССЕ

Эссе – индивидуальное задание, в котором студент анализирует внедрение CRM и автоматизацию процессов продаж.

Цель эссе: развитие навыков анализа клиентских процессов, проектирования воронки продаж и внедрения автоматизации.

Темы эссе:

1. Лекция №1 «Введение в CRM и управление клиентскими отношениями»
 - Значение CRM для бизнеса;
 - Типы CRM-систем: операционные, аналитические, коллаборативные;
 - Основные показатели эффективности продаж и работы с клиентами.
2. Лекция №2 «Автоматизация воронки продаж»
 - Сегментация клиентов и управление лидами;
 - Автоматизация повторных продаж и upsell/cross-sell;
 - Метрики конверсии и retention.

3. Лекция №3 «Интеграция CRM с другими системами»

- Интеграция с ERP, маркетинг-автоматизацией и аналитикой;
- Использование API и вебхуков;
- Примеры успешной интеграции.

4. Лекция №4 «Аналитика и прогнозирование продаж»

- Применение BI-инструментов и дашбордов;
- Прогнозирование объема продаж и поведения клиентов;
- Методы визуализации и отчетности.

5. Лекция №5 «Этика работы с клиентскими данными»

- GDPR и локальные законы о защите данных;
- Этическое использование персональной информации;
- Минимизация рисков утечки и злоупотребления данными.

Критерии оценивания эссе:

- Глубина анализа процессов продаж и автоматизации;
- Аргументация предложений и выводов;
- Логичность и структурированность текста;
- Корректность ссылок на источники;
- Недопустимость плагиата.

2.3. ДОКЛАД

Доклад – групповое задание (2–3 человека).

Критерии оценивания доклада:

- Распределение ролей участников и командная работа;

- Представление бизнес-процессов и автоматизированных решений;
- Аргументация предложений по оптимизации;
- Использование реальных кейсов и инструментов;
- Умение отвечать на вопросы преподавателя.

Темы докладов:

1. Лекция №1 «Введение в CRM и управление клиентами»
 - Разбор бизнес-процессов и CRM-сценариев.
 2. Лекция №2 «Автоматизация воронки продаж»
 - Инструменты автоматизации и CRM-функции.
 3. Лекция №3 «Интеграция CRM и аналитических систем»
 - Кейсы успешной интеграции и выгоды.
 4. Лекция №4 «Прогнозирование и аналитика»
 - Методы прогнозирования и визуализации данных.
 5. Лекция №5 «Этика и защита данных»
 - Обеспечение конфиденциальности и законность действий.
-

2.4. ГРУППОВОЙ ПРОЕКТ

Тема проекта: «Внедрение CRM и автоматизация процессов продаж в компании»

Цель проекта:

- Проанализировать текущие бизнес-процессы продаж;
- Спроектировать внедрение CRM-системы;
- Настроить автоматизацию воронки продаж и интеграции;
- Прогнозировать продажи и предложить KPI;

- Подготовить отчет и презентацию результатов.

Критерии оценки проекта:

- Полнота анализа процессов и корректность проектирования;
- Эффективность предложенной автоматизации;
- Применение инструментов аналитики и визуализации;
- Работа в команде и распределение ролей;
- Презентация и защита проекта.

3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация – **ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ**, тест на знание CRM, автоматизации и аналитики продаж.

№	Задание	Варианты Ответов	Верный Ответ (№)
1	Что такое CRM?	1) Система управления взаимоотношениями с клиентами; 2) Система контроля продаж; 3) Программа для бухгалтерии; 4) Метод управления проектами.	1

2	Какую основную задачу решает CRM?	1) Упрощение работы с клиентами и повышение продаж; 2) Обучение сотрудников; 3) Создание сайтов; 4) Управление складом.	1
3	Какие данные обычно хранятся в CRM?	1) Контакты, история взаимодействий, сделки, задачи; 2) Только контакты; 3) Только финансовые отчеты; 4) Только логины сотрудников.	1
4	Что такое автоматизация продаж?	1) Использование программных инструментов для ускорения и контроля процесса продаж; 2) Создание рекламных плакатов; 3) Нанесение скидок вручную; 4) Обучение сотрудников.	1
5	Какие задачи можно автоматизировать в CRM?	1) Напоминания, рассылки, прогнозы продаж, отчеты; 2) Ручное звонение клиентам; 3) Только сбор визиток; 4) Только ведение блогов.	1

6	Что такое воронка продаж?	1) Модель этапов взаимодействия с клиентом от лида до сделки; 2) Список сотрудников; 3) Диаграмма финансов; 4) Программа для почты.	1
7	Как CRM помогает с анализом продаж?	1) Предоставляет отчеты, прогнозы и ключевые метрики; 2) Создает дизайн сайтов; 3) Ускоряет набор персонала; 4) Контролирует температуру склада.	1
8	Что такое лид в CRM?	1) Потенциальный клиент; 2) Текущий заказ; 3) Сотрудник отдела продаж; 4) Продукт на складе.	1
9	Что такое автоматическое распределение лидов?	1) Назначение потенциальных клиентов менеджерам по правилам или алгоритмам; 2) Присвоение скидок; 3) Создание визиток; 4) Обновление сайта.	1

10	Как CRM помогает в удержании клиентов?	1) Отслеживает историю взаимодействий, персонализирует коммуникации, помогает вовремя реагировать на запросы; 2) Делает скидки автоматически; 3) Создает рекламу; 4) Управляет складом.	1
11	Что такое интеграция CRM с другими системами?	1) Связь с email, телефонией, сайтом, аналитикой для обмена данными; 2) Только с бухгалтерией; 3) Только с почтой; 4) Только с соцсетями.	1
12	Для чего используют отчеты в CRM?	1) Анализировать эффективность продаж и работу сотрудников; 2) Создавать презентации; 3) Только для хранения контактов; 4) Для дизайна рекламы.	1

13	Что такое прогноз продаж в CRM?	1) Прогнозирование объема продаж на основе данных и аналитики; 2) Определение температуры склада; 3) Создание списка клиентов; 4) Выборка лидов.	1
14	Как CRM помогает с коммуникацией ?	1) Автоматизирует рассылки, напоминания, учет звонков и встреч; 2) Создает веб-страницы; 3) Пишет тексты для блогов; 4) Ускоряет печать документов.	1
15	Что такое сегментация клиентов?	1) Разделение базы на группы по характеристикам для персонализированных действий; 2) Сортировка товаров; 3) Распределение задач сотрудникам; 4) Создание отчета о продажах.	1

16	Как CRM помогает с маркетингом?	1) Персонализированные рассылки, отслеживание откликов, анализ кампаний; 2) Создание логотипов; 3) Тестирование сайта; 4) Управление складом.	1
17	Что такое автоматизация повторных продаж?	1) Настройка напоминаний и предложений для существующих клиентов; 2) Ручное создание заказов; 3) Сбор визиток; 4) Создание таблиц Excel.	1
18	Как CRM помогает с отчетностью?	1) Автоматически собирает и визуализирует ключевые показатели; 2) Создает письма клиентам; 3) Делает презентации; 4) Управляет календарем сотрудников.	1
19	Что такое KPI в контексте CRM?	1) Ключевые показатели эффективности работы отдела продаж и сотрудников; 2) Только количество звонков; 3) Список клиентов; 4) Название кампании.	1

20	Почему важна мобильная CRM?	1) Позволяет менеджерам работать с клиентами в любое время и из любого места; 2) Создает презентации; 3) Только для отчетов; 4) Для настройки почты.	1
----	-----------------------------	--	---

Пример вопросов:

- Основы CRM и типы систем;
- Автоматизация воронки продаж и работа с лидами;
- Интеграция CRM с ERP и маркетинговыми платформами;
- Методы прогнозирования и аналитики продаж;
- Этические и правовые аспекты работы с клиентскими данными.

Описание оценок ECTS:

- А – Отлично: освоение материала полностью, все задания выполнены качественно;
- В – Очень хорошо: освоение материала полностью, небольшие недочеты;
- С – Хорошо: материал освоен, есть отдельные ошибки;
- D – Удовлетворительно: частично освоен, пробелы есть;
- E – Посредственно: освоение ограничено, задания выполнены частично;
- FX/F – Неудовлетворительно.

БРС по неделям:

- Максимум 2 доклада на одного студента за весь курс.

РАЗРАБОТЧИКИ:

доцент		Ванюрихин Ф.Г.
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.
РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:		
Заведующий кафедрой		Назюта С. В.
цифрового менеджмента		
Наименование БУП	Подпись	Фамилия И.О.
РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:		
Зав.кафедрой прикладной		Островская А.А.
экономики		
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.