



## АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «CRM СИСТЕМИ»

- дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».  
Викладається кафедрою маркетингу

### **1. Мета опанування дисципліни.**

Мета навчальної дисципліни полягає у засвоєнні теоретичних знань у галузі сучасних інформаційних маркетингових технологій та формування навичок щодо застосування CRM систем, як сучасного інструментарію маркетингу.

### **2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:**

**ЗНАТИ:** особливості побудови та функціонування сучасних маркетингових технологій; особливості побудови та функціонування сучасних CRM систем; особливості управління інструментами електронного маркетингу в цифрову еру.

**ВМІТИ:** самостійно планувати, аналізувати та використовувати в своїй професійній діяльності найбільш ефективні, інноваційні маркетингові технології; практично застосовувати CRM системи, як сучасний інструментарій маркетингу.

### **3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:**

#### *Інтегральна компетентність*

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

#### *Загальні компетентності*

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

#### *Спеціальні (фахові, предметні) компетентності*

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК5. Здатність коректно застосовувати інформаційні технології та інструменти маркетингу.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

### **4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії**

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття теоретичних знань та практичних вмінь щодо реалізації сучасних маркетингових технологій та ефективної реалізації CRM-систем.

Вивчення дисципліни реалізує такі програмні результати:

Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

### **5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:**

1. Сучасні маркетингові технології та їх характеристики.
2. Інтегровані маркетингові комунікації.
3. CRM-технології управління маркетингом.
4. Розроблення та експлуатація CRM-систем.
5. Планування бізнес-процесів підприємства із застосуванням CRM-систем.
6. Засоби, методи та технології аналітичного CRM.
7. Оперативне управління маркетингом із застосуванням CRM.
8. Інтерактивний менеджмент клієнтів та CRM взаємодії.