

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»
Высшая школа бизнес информатики**

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
программы повышения квалификации
«Управление взаимоотношениями с клиентами, CRM, программы
лояльности в электронной коммерции и digital маркетинге»**

Год набора: 2018 / 2019.

Направление подготовки: бизнес-информатика.

Цель программы: совершенствование и (или) получение новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в области связи, информационных и коммуникационных технологий, современных концепций и инструментов создания CRM систем и программ лояльности.

Требования к уровню образования, квалификации, наличию опыта профессиональной деятельности поступающих для обучения по программе: лица, имеющие среднее профессиональное образование или высшее образование; лица, получающие высшее образование.

Перечень нормативных документов, определяющих квалификационные характеристики (требования) к выпускнику программы:

Профессиональный стандарт «Менеджер продуктов в области информационных технологий», утвержденный приказом Минтруда России от 20.11.2014 № 915н;

Профессиональный стандарт «Руководитель проектов в области информационных технологий», утвержденный приказом Минтруда России от 18.11.2014 № 893н.

Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющей квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения:

- уметь проводить продуктовые исследования / исследования потребителей продукта, услуги, сервиса программы лояльности и CRM системы;
- уметь разрабатывать требования к продукту /CRM системе;
- проводить сбор идей о требованиях к продукту;
- изучать концепции и бизнес-планы систем управления взаимоотношениями с потребителями, представленных на рынке;
- разрабатывать реестр ключевых свойств CRM системы;
- разрабатывать функциональные требования к CRM системе (в случае внутренней разработки);
- разрабатывать сценарии использования программы лояльности / CRM системы;
- уметь сопровождать разработку планов развития и продвижения CRM-системы;
- уметь проводить маркетинговое сопровождение программ лояльности и CRM-продукта, анализировать маркетинговые кампании и повышать их эффективность;
- уметь измерять эффективность программ лояльности;
- использовать современные и эффективные инструменты для управления клиентской базой, управлять доходностью клиентов, минимизировать отток.

В результате изучения дисциплины слушатель должен

Знать:

- основные концепции, категории и инструменты современного CRM, включая: связь удовлетворенности и лояльности клиентов с показателями деятельности компании,
- подходы к анализу и формированию клиентского опыта,
- характеристики поведения современных потребителей,
- методологии анализа и управления клиентскими данными,
- методологии сегментирования клиентов
- стандарты и методики в области проектирования систем хранения клиентских данных,
- методики выбора типовых CRM решений,
- принципы организации управления клиентским опытом
- стратегические аспекты CRM,
- типовые цели и задачи внедрения CRM,
- KPI успешности реализуемых стратегий и программ в области управления отношениями с клиентами,
- основные инструменты аналитического и операционного CRM,
- подходы к оценке и управлению ценностью клиента,
- факторы создания ценности услуг/товаров для клиента,
- подходы к управлению жизненным циклом клиента,
- типы и особенности проведения целевых маркетинговых кампаний для различных этапов жизненного цикла клиента,
- особенности управления проектами в области CRM,

Уметь:

- использовать полученные теоретические знания для проведения анализа (аудита) уровня развития отношений с клиентами,
- разработки рекомендаций при решении бизнес-задач в области CRM и их «продажи» внутри компании
- выбрать методику анализа клиентских данных,
- проводить исследования удовлетворенности и уровня лояльности клиентов,
- управлять жизненным циклом клиента,
- разрабатывать программы лояльности, механики стимулирования клиентского спроса

Владеть, иметь навыки (приобрести опыт):

- проведения аудита уровня развития CRM в компании,
- разработки целей, задач и приоритетов внедрения CRM,
- разработки ключевых составляющих стратегии и плана внедрения/развития CRM,
- оценки возможных рисков при внедрении CRM,
- разработки системы KPI в области управления отношениями с клиентами,
- формирования бизнес-кейса внедрения CRM.

Пререквизиты:

- владение персональным компьютером на уровне пользователя;
- знание офисного программного обеспечения.

Трудоемкость программы: 2 зачетные единицы, 76 часов, в том числе 40 аудиторных часов.

Минимальный срок обучения: 2 недели.

Форма обучения: очно-заочная.

Условия реализации программы:

Для реализации учебного процесса по программе повышения квалификации (чтение всего курса) привлекается специалист-практик Лаговская Марина Евгеньевна, Начальник отдела операционного маркетинга компании РИГЛА, lagovskaya@mail.ru.

Учебно-методическое обеспечение:

В учебном процессе используется учебно - методический комплексы, разработанный по программе, специальная литература по направлению подготовки.

Информационно-методическое обеспечение:

Занятия проводятся в аудиториях, оснащенных современным оборудованием, обеспечивающим использование информационно-коммуникационных технологий.

Во время обучения слушателям предоставляется доступ к электронным ресурсам НИУ ВШЭ, в т. ч. электронно-библиотечной системе.

Материально-техническое обеспечение:

Для обеспечения образовательного процесса по данной программе используется 1 кабинет на 40 посадочных мест общей площадью 50 кв. м., 1 компьютерный класс, оснащенный 32 рабочими местами с современными персональными компьютерами, по адресу: г.Москва, ул.Трифоновская, д.57, стр.1.

Кроме того:

- Применяется технология ведения очных форм занятий с активным использованием учебных ситуаций (кейс-стади) и методов групповой работы;
- Слушатели программы оценивают содержание и уровень организации учебного процесса, а также работу преподавателей для своевременного анализа и внесения корректив в учебный процесс;
- До начала обучения готовятся учебные материалы и специально разработанный раздаточный материал к каждому занятию;
- Администрирование учебного процесса осуществляется непрерывно.

Директор Высшей школы

Бизнес-информатики НИУ ВШЭ

А.И. Олейник

Исполнитель:

Лобза Е.В.,

8 495 6888666