

Частное профессиональное образовательное учреждение  
Тюменского областного союза потребительских обществ  
«Тюменский колледж экономики, управления и права»  
(ЧПОУ ТОСПО «ТюмКЭУП»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор

ЧПОУ ТОСПО «ТюмКЭУП»

\_\_\_\_\_/ Т.В. Архипова

2023 г.



## ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

### «CRM-СИСТЕМЫ В ПРОДАЖАХ»

Трудоемкость программы – 24 ак.ч.

Форма итоговой аттестации – зачет

Форма обучения – очная

СОГЛАСОВАНО

Протокол заседания научно-методического совета

от «21» июня 2023 года № 11

Дополнительная общеразвивающая программа «CRM-системы в продажах» предназначена для студентов обучающихся на первых курсах для отработки умений и навыков работы в онлайн-системах для ведения клиентской базы, автоматизации продаж и работы со сделками.

Организация-разработчик:  
ЧПОУ ТОСПО «Тюменский колледж экономики, управления и права».

Разработчик: преподаватель Подгорная М.Б.

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |   |
|--|---|
| 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА   | 3 |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ                           | 4 |
| 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ | 6 |
| 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ           | 7 |

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1. Актуальность программы

Актуальность дополнительной общеразвивающей программы состоит в том, чтобы отвечать приоритетным направлениям современного образования, потребностям слушателей, социальному заказу общества.

Курс «CRM-системы в продажах» предоставит полный набор профессиональных инструментов для управления продажами и работы с клиентами.

Познакомит с приемами работы в системах продаж: Что такое автоматизация CRM-системы? Что, зачем и как можно автоматизировать в CRM.

Автоматизация – это совершение запрограммированных действий, которые автоматически выполняются в ответ на возникающие события. Автоматизация продаж позволяет: Создать понятный бизнес-процесс продажи, которому легко обучать новичков. Напоминать о совершении необходимых действий. Освободить время с помощью исключения рутины. Снизить количество ошибок при заполнении данных. Замерять и записывать показатели, для проведения анализа и автоматических отчетов продаж.

Курс «CRM-системы в продажах» поможет приобрести знания, необходимые каждому специалисту в будущей профессиональной деятельности.

**Направленность программы:** социально – педагогическая .

**Уровень программы:** вводный (ознакомительный).

**Цель:**

Цель приобретение обучающимися знаний и навыков в сфере продаж.

**Задачи:**

Задачи дополнительной общеразвивающей программы: Освоение обучающимися основных манипуляций в CRM-системах, необходимых для создания и ведения системы продаж. Ознакомление с набором профессиональных инструментов для управления продажами и работы с клиентами.

**Планируемые результаты обучения:**

В результате слушатели будут

**знать:** основы работы в CRM-системе

**уметь:** зарегистрироваться, подключать каналы продаж - сайт, телефон, соцсети, мессенджеры, работать с сервисами CRM-системы.

**Категория обучающихся:** студенты 1 курса

**Форма обучения:** очная

**Режим занятий:** одно занятие 2 часа, 2 раза в неделю

**Трудоемкость программы:** 24 часа

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ

### 2.1. Учебный план

| №<br>п/п | Наименование<br>разделов (модулей) и<br>тем                        | Аудиторные учебные занятия,<br>учебные работы |                          |                         | Внеаудитор<br>ная работа | Формы<br>контроля        | Трудоем<br>кость |
|----------|--|---|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
|          |  | Всего<br>ауд. часов<br>(ак. час)              | Теоретические<br>занятия | Практические<br>занятия | Самостоят.<br>работа     |                          |                  |
| 1        | <b>Раздел 1<br/>Возможности CRM-<br/>систем</b>                    | 14  | 2                        | 12                      |                          |                          | 14               |
| 1.1      | Исследование рынка<br>CRM в России.<br>Приемы работы.              | 2   | 2                        | 0                       |                          | Тест                     | 2                |
| 1.2      | Виды, задачи,<br>сервисы<br>CRM.Регистрация в<br>системе.          | 2   | 0                        | 2                       |                          | практичес-<br>кая работа | 2                |
| 1.3      | Управление сделками<br>и клиентской базой                          | 2   | 0                        | 2                       |                          | практичес-<br>кая работа | 2                |
| 1.4      | Ведение календаря  | 2   | 0                        | 2                       |                          | практичес-<br>кая работа | 2                |
| 1.5      | Сервисы для бизнеса  | 2   | 0                        | 2                       |                          | практичес-<br>кая работа | 2                |
| 1.6      | Настраиваемые<br>воронки продаж                                    | 2   | 0                        | 2                       |                          | практичес-<br>кая работа | 2                |
| 1.7      | Пользовательские<br>поля и<br>настраиваемые<br>формы               | 2   | 0                        | 2                       |                          | практичес-<br>кая работа | 2                |
|          | <b>Раздел 2<br/>Продвинутый<br/>функционал<br/>и автоматизация</b> | 10  | 2                        | 8                       |                          |                          |                  |
| 2.1      | Коммуникации<br>и социальные сети                                  | 2   | 2                        | 0                       |                          | Тест                     | 2                |
| 2.2      | Конструктор<br>объектов и связей                                   | 2   | 0                        | 2                       |                          | практичес-<br>кая работа | 2                |
| 2.3      | Формирование<br>документов<br>из системы                           | 2   | 0                        | 2                       |                          | практичес-<br>кая работа | 2                |
| 2.4      | Автоматические<br>сценарии   | 2   | 0                        | 2                       |                          | практичес-<br>кая работа | 2                |
| 2.5      | Мобильное<br>приложение  | 2   | 0                        | 2                       |                          | практичес-<br>кая работа | 2                |
|          | <b>Итого</b>   | 24  | 4                        | 20                      |                          |                          | 24               |

## 2.2. Учебно – тематический план

| № п/п   | Виды учебных занятий,<br>учебных работ, объем в часах | Содержание  |
|---|---|---|
| <b>Раздел 1 Возможности CRM-систем</b>                    |   |   |
| Тема 1.1 Исследование рынка CRM в России. Приемы работы.  | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Уровень внедрения CRM в России. Уровень знания CRM-систем. Определение лидеров в рейтинге внедрения CRM. Компании-разработчики CRM. Уровень внедрения CRM в разрезе типов компаний.   |
| Тема 1.2 Виды, задачи, сервисы CRM.Регистрация в системе. | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Обзор 5 лучших CRM-систем: как сделать свой бизнес эффективнее. Виды, задачи, сервисы CRM. Регистрация в системе CRM.   |
| Тема 1.3 Управление сделками и клиентской базой           | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Правила работы со сделками в CRM. Создание клиентской базы. Создание новой сделки.  |
| Тема 1.4 Ведение календаря                                | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Планирование своей работы (а также работы своих предполагаемых подчиненных), назначая себе или другим пользователям конкретные дела, выстраивая их в определенном порядке.<br>Работа с Содержимым вкладки по двум разделам:<br>«Календарь» – отображение запланированных дел;<br>«Список дел» – отображение списка Ваших дел и список дел, которые Вы поручили другим пользователям.  |
| Тема 1.5 Сервисы для бизнеса                              | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Создать шаблоны для рассылок с разными целями (акции, новости, события и т.д.)<br><br>В шаблонах сообщений использовать автоматическую подстановку различных персонифицированных данных (ФИО, контакты, регион т.д.)<br><br>Сегментировать рассылки по определенным категориям клиентов, например для рассылки информации о дополнительных скидках для клиентов, которые не завершили заказ.<br><br>Отчетность по рассылкам (доставлены, прочитаны) |
| Тема 1.6 Настраиваемые воронки продаж                     | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Работа с шаблоном воронки продаж. Формирование эффективной воронки продаж с шаблона.<br>Отслеживание всех своих потенциальных покупателей в одном проекте, а затем указывать, на каком этапе воронки продаж они находятся, с помощью настраиваемых полей. Изменения значения настраиваемых полей по мере продвижения потенциальной сделки по воронке продаж, чтобы четко понимать, на каком её этапе находятся покупатели.                          |
| Тема 1.7 Пользовательские поля и настраиваемые формы      | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Реализовать в сервисе автоматические SMS или Email для уведомления для клиентов. Настройка напоминания о предстоящих консультациях, встречах и других событиях. При работе с заказами настроить оповещения клиента о статусах, заказа, например «В обработке» и «Отправлено».   |
| <b>Раздел 2. Продвинутый функционал и автоматизация</b>   |   |   |
| Тема 2.1 Коммуникации и социальные сети                   | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Примеры интеграции CRM с социальными сетями. Деление коммуникации с технической точки зрения на этапы.  |
| Тема 2.2 Конструктор объектов и связей                    | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Работа с конструктором таблиц в CRM: Клиентская база. Создание своей таблицы в CRM, для решения бизнес-задачи.  |
| Тема 2.3 Формирование документов из системы               | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Создать шаблоны документов в CRM системе. Загрузить текст договора, письма.   |
| Тема 2.4 Автоматические сценарии                          | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Создать сценарий. в модуль «Настройки» — «Автоматизации» — «Сценарии», по которому при появлении новой заявки CRM создаст задачу «Перезвонить клиенту» с дедлайном 15 минут   |
| Тема 2.5 Мобильное приложение                             | Творческая мастерская,<br>2 ч.                        | Скачать CRM на телефон, выбрать необходимые позиции товаров, сформировать счет и отправить предполагаемому клиенту.   |

### 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ

#### 3.1. Материально-технические условия реализации ДОП

| Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий | Вид занятий          | Наименование оборудования, программного обеспечения    |
|---|----------------------|--|
| Компьютерный класс  | практические занятия | компьютеры, доступ в интернет, мультимедийный проектор |

#### 3.2. Учебно – методическое обеспечение реализации ДОП

Основная:

1. Как внедрить CRM-систему за 50 дней. Алексей Рязанцев  
<https://www.livelib.ru/book/1002164539-kak-vnedrit-crmsistemu-za-50-dnej-aleksej-ryazantsev>

2. «CRM. Подробно и по делу». Рамиль Кинзябулатов.  
<https://www.livelib.ru/work/1002025462-crm-podrobno-ipodelu-redaktsiya1-ramil-kinzyabulатов>

3. CRM со скоростью света. Привлечение и удержание клиентов в реальном времени через Интернет. Пол Гринберг.

4. <https://www.livelib.ru/book/1000186115-crm-so-skorostyu-sveta-privlechenie-i-uderzhanie-klientov-v-realnom-vremeni-cherez-internet-pol-grinberg>

Интернет-ресурсы:

<https://edu.sendpulse.com/pl/teach/control/lesson/view?id=211389582&editMode=0>

<https://sbercrm.com/pricing>

#### 3.3. Кадровое обеспечение реализации ДОП

| № п/п | ФИО преподавателей         | Ученое звание, степень, должность | Общий стаж работы | Опыт работы по профилю ДОП |
|-------|----------------------------|-----------------------------------|-------------------|----------------------------|
| 1.    | Подгорная Марина Борисовна | преподаватель                     | 36                | 2 года                     |

#### **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ**

*В данном разделе дается описание форм текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации (при наличии). Виды и формы аттестации и оценочные материалы должны соответствовать планируемым результатам обучения. Итоговая аттестация по дополнительной общеразвивающей программе не является обязательной. В случае, если автор программы предполагает проведение итоговой аттестации, необходимо указать ее как форму контроля в учебном плане.*

*В приложениях к дополнительной общеразвивающей программе целесообразно разместить примеры занятий (сценарии), в которых раскрываются методы организации учебного процесса, примеры наиболее удачных – эталонных работ обучающихся, контрольно-оценочные материалы (типовые задания) и т.п. Содержание и количество приложений не регламентируются.*

*Возможные варианты контроля, оценки и представления результатов освоения ДОП:*

| <i><b>Виды и формы контроля</b></i> | <i><b>Оценка, формы и способы фиксации оценки</b></i> | <i><b>Формы и способы представления результатов</b></i> |
|-------------------------------------|---|---|
| <i>Недифференцированный зачет</i>   | <i>Тестирование, готовые работы</i>                   | <i>Практическая работа</i>                              |

4.1. Аттестация проводится в форме недифференцированного зачета и представления итоговой работы.

4.2. По результатам аттестации выставляются отметки по шкале «зачтено», «не зачтено».

4.2.1. Критерии оценки:

«зачтено» - выполненная работа соответствует 50% требований оценочных материалов;

«не зачтено» - в выполненной работе нарушены 49% требований оценочных материалов.