

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету

Гельман В.М.

« 08 » 2025



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

CRM-СИСТЕМИ В АВТОМАТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

підготовки магістра
денної/заочної форм здобуття освіти
освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальності D5 – Маркетинг
галузі знань D – Бізнес, адміністрування та право

ВИКЛАДАЧ: : Малтиз В.В., к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і маркетингу

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри управління
персоналом і маркетингу
Протокол № 1 від “25” серпня 2025 р.
В.о.завідувача кафедри управління
персоналом і маркетингу

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми
Маркетинг

В.В.Малтиз

В.В.Малтиз

2025 рік

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Малтиз Вікторія Віталіївна

Кафедра: Кафедра управління персоналом і маркетингу, 5 корпус, ауд.218-А

E-mail: ma.viktorija@ukr.net

Телефон: (061)228-76-25 (кафедра)

Інші засоби зв'язку: Viber, Skype, Facebook Messenger, WhatsApp, Telegram – за вибором викладача

1. Опис навчальної дисципліни

Дисципліна CRM-системи в автоматизації маркетингових бізнес-процесів спрямована на формування знань і практичних навичок щодо використання сучасних інформаційних технологій для управління взаємовідносинами з клієнтами. Вона забезпечує розуміння принципів роботи CRM, їхньої ролі в оптимізації маркетингових процесів, а також оволодіння інструментами збору, аналізу та використання клієнтських даних.

Студенти за дисципліною опановують компетентності щодо застосування CRM-систем для автоматизації маркетингових кампаній, персоналізації пропозицій, підвищення ефективності комунікацій із клієнтами та прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Мета курсу – формувати та розвивати у студентів необхідних теоретичних знань з питань CRM систем; вивчення загальних принципів побудови і функціонування сучасних CRM систем, отримання студентами практичних навичок роботи з CRM системами (Customer Relationships Management): формування баз даних на підприємстві та використання аналітичного інструментарію маркетингу для постійного аналізу інформації з метою прийняття оперативних та стратегічних маркетингових рішень. На методичному рівні ознайомити студентів з основними методами використання з CRM систем в сучасній економіці (під час викладання дисципліни використовується програма CRM).

У результаті вивчення дисципліни, здобувачі вищої освіти повинні засвоїти принципи побудови й автоматизації маркетингових бізнес-процесів; методи збору, обробки та аналізу клієнтських даних; інструменти сегментації, таргетування та персоналізації в CRM; можливості інтеграції CRM з іншими інформаційними системами підприємства; підходи до оцінки ефективності маркетингових стратегій із використанням CRM. Оперувати інтерфейсом сучасних CRM-систем; вводити, систематизувати та аналізувати дані про клієнтів; використовувати інструменти CRM для персоналізації маркетингових кампаній і комунікацій; оцінювати ефективність маркетингових заходів за допомогою CRM-аналітики та звітів; інтегрувати CRM із іншими сервісами та платформами (ERP, соціальні мережі, сервіси реклами тощо); застосовувати CRM як основу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень у сфері маркетингу.

Навчальна дисципліна «CRM-системи в автоматизації маркетингових бізнес-процесів» належить до циклу професійної підготовки освітньої програми та ґрунтується на знаннях, отриманих під час здобуття вищої освіти бакалаврського освітньо-кваліфікаційного рівня, поглиблюючи їх. Згідно зі структурно-логічною схемою ОП підготовки здобувачів вищої освіти ця навчальна дисципліна вивчається паралельно з вивченням навчальних дисциплін «Маркетингове планування» та є основою для вивчення дисциплін 2 семестру зокрема для дисципліни «Маркетингові комунікації в Інтернет та соціальних мережах».

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
1	2	3
Статус дисципліни	Обов'язкова	
Семестр	1 -й	1 -й
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90	
Лекційні заняття	14 год.	4 год.
Семінарські / Практичні заняття	14 год.	4 год.
Самостійна робота	62 год.	82 год.
Консультації	Середа 14:00 – 15:00 Дистанційно в Zoom Четвер 09:00 – 10:00 Дистанційно в Zoom (Додаткова інформація в Moodle)	
Вид підсумкового семестрового контролю:	Екзамен	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16860	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
1	2	3
ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК 10. Здатність оперувати інструментами SMM, Targeting, PPC, хмарними технологіями, автоматизовувати маркетингові процеси з використанням GPT, CRM.	Репродуктивні методи (лекція, пояснення, робота з методичними матеріалами). Наочні методи (схеми, моделі, алгоритми). Дискусійні методи. Методи контролю і самоконтролю: усний, письмовий. Практичні методи (практичні та контрольні завдання).	Практичні роботи дозволяють студентам оволодіти практичними навичками з курсу. Оцінка за практичні роботи складається з двох частин: оцінки за виконання завдань роботи та відповіді на додаткові теоретичні питання за тематикою. Критерії оцінювання викладені в Moodle: https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=666590 Атестація проходить в якості тестування - теоретичні знання студента з лекційних тем відповідних розділів перевіряються за допомогою тестування в

P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. P16. Оперувати інструментами SMM, Targeting, PPC, хмарними технологіями, автоматизовувати маркетингові процеси з використанням GPT, CRM.		системі MOODLE. Теоретичні контрольні складаються з 5 тестових завдань. Тест містить 4 відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал, таким чином, відповівши вірно на всі питання студент може отримати 5 балів.
--	--	--

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи CRM систем в маркетингу.

Тема 1. Сутність Customer Relationship Management та роль в маркетингу підприємства.

Поняття Customer Relationship Management. Функціональні складові CRM-рішень. Можливості CRM-технологій в діяльності телекомунікаційних підприємств. Історія та сучасний розвиток CRM систем. Особливості управління маркетингом на основі CRM-технологій. Використання теоретичних положень маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. Вимоги до CRM-технологій в діяльності підприємств.

Тема 2. Класифікація традиційних та сучасних CRM систем в маркетингу.

Основні види CRM-систем за традиційними та сучасними класифікаціями. Специфічні види CRM систем на ринку телекомунікаційних послуг. Процес прийняття управлінського рішення щодо вибору CRM системи, з урахуванням специфіки діяльності підприємства та з врахуванням особливостей ринку телекомунікаційних послуг.

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти впровадження CRM систем в маркетингу

Тема 3. Основні етапи стратегії впровадження CRM систем на підприємстві.

Стратегічний підхід до впровадження CRM систем в маркетингу. Основні етапи стратегії впровадження CRM систем на підприємстві. Критерії вибору потенційно необхідних модулів CRM систем в маркетингу підприємства. Можливі результати впровадження CRM систем в маркетингу на підприємстві

Тема 4. Характеристика CRM систем в маркетингу.

Основні характеристики CRM систем в маркетингу. Основна мета впровадження CRM систем в маркетингу. Призначення CRM систем в маркетингу. 8 переваг використання CRM для бізнесу. Прийняття рішення щодо вибору CRM-системи з врахуванням особливостей діяльності підприємства. Процес визначення мети впровадження CRM систем в маркетингу.

Змістовий модуль 3. Оцінка результатів використання CRM систем в маркетингу

Тема 5. Результати впровадження CRM систем та оцінка ефективності.

Характеристики ефектів від впровадження CRM систем на підприємстві. Основи налаштування та адаптації CRM систем після впровадження на підприємстві. Методи аналізу ефективності впровадження CRM систем. Оцінка ефективності роботи CRM систем в маркетингу підприємства. Зміст звітів та дашбордів з результатами впровадження CRM-систем.

Тема 6. Методи аналізу ефективності впровадження CRM систем.

Визначення сутності поняття ефективності інформаційної системи. Підходи до оцінки економічної ефективності впровадження CRM-систем. Класифікація методів, яка передбачає їх поділ на три групи: фінансового аналізу, якісного аналізу та імовірно-статистичні.

Тема 7. Перспективи розвитку організації взаємодії споживачів з компанією в електронному бізнесі.

Специфіка взаємодії компаній та споживачів в електронному бізнесі. Основні цифрові канали комунікації зі споживачами. Персоналізація. Використання технологій штучного інтелекту для формування клієнтського досвіду. Використання Big Data для прогнозування поведінки споживачів. Оцінка окупності CRM. Розрахунок ROI від впровадження системи управління взаємовідносинами з клієнтами.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	2	3	4	5
Лекція 1	Тема 1 Сутність Customer Relationship Management та роль в маркетингу підприємства.	2	2	Тиждень 1
Самостійна робота 1	Зв'язок CRM з концепцією relationship marketing (маркетинг взаємовідносин). Бізнес-процеси пов'язані з CRM у маркетингу. CRM як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. Роль CRM у формуванні цінності для клієнта. Персоналізація маркетингових комунікацій. CRM та ERP-системи. Ефективність маркетингових кампаній.	10	10	Тиждень 1
Практична робота 1	Практична робота №1. Формування вимог до CRM-технологій в діяльності підприємства (CRM «Creatio»).	2	2	Тиждень 1
Лекція 2	Тема 2. Класифікація традиційних та сучасних CRM систем в маркетингу.	2	2	Тиждень 2
Самостійна робота 2	On-premise CRM, cloud-based CRM. Мобільні CRM. Інтеграція CRM із соціальними мережами. Social CRM. Big Data у CRM-системах. AI та чат-боти. Омніканальний маркетинг (CRM «Creatio»).	8	12	Тиждень 2
Практична робота 2	Практична робота №2. Процес прийняття управлінського рішення щодо вибору CRM системи (CRM «Creatio»).	4	2	Тиждень 2-3
Лекція 3	Тема 3. Основні етапи стратегії впровадження CRM систем на підприємстві.	2		Тиждень 3
Самостійна робота 3	Етап тестування CRM. Навчання персоналу роботі з CRM. Етап моніторингу та оцінки результатів CRM-проєкту. Ризики впровадження CRM на підприємстві. Стратегічний підхід до впровадження CRM. Фрагментарний підхід до впровадження CRM. Критерії ефективності CRM-системи в маркетинговій діяльності. Побудова довгострокових відносин із клієнтами. Стратегії впровадження CRM.	10	12	Тиждень 3
Лекція 4	Тема 4. Характеристика CRM систем в маркетингу (CRM «Creatio»).	2		Тиждень 4
Самостійна робота 4	Моніторинг показників ефективності маркетингу CRM системою. Формування стратегії лояльності клієнтів CRM системою. Інструменти автоматизації маркетингових кампаній. Використання CRM у B2B та B2C маркетингу. CRM та конкурентоспроможність компанії. Переваги та недоліки CRM систем.	8	12	Тиждень 4
Практична робота 3	Практична робота №3. Впровадження CRM системи (CRM «Creatio»).	4		Тиждень 4-5
Лекція 5	Тема 5. Результати впровадження CRM систем та оцінка ефективності (CRM «Creatio»).	2		Тиждень 5

Самостійна робота 5	Показники ефективності (KPI) оцінки результатів CRM. Рівень утримання клієнтів. Покращення комунікації між відділами. Фінансові вигоди. Оцінка короткострокових та довгострокових результатів CRM. Ризики зниження ефективності CRM-системи. Моніторинг ефективності CRM системи. Якісні показники оцінки CRM. Інструменти аналітики CRM.	8	12	Тиждень 5
Лекція 6	Тема 6. Методи аналізу ефективності впровадження CRM систем.	2		Тиждень 6
Самостійна робота 6	ROI в аналізі ефективності CRM. Показники CLV і SAC. Показник KPI. Метод порівняльного аналізу в оцінці CRM системи. Метод анкетування та опитування клієнтів для визначення задоволеності. ABC- та XYZ-аналіз у межах CRM-системи. Інструменти бізнес-аналітики CRM системи. Методи візуалізації даних: дашборд, звітність.	8	12	Тиждень 6
Практична робота 4	Практична робота №4. Оцінка ефективності роботи CRM системи.	4		Тиждень 6-7
Лекція 7	Тема 7. Перспективи розвитку організації взаємодії споживачів з компанією в електронному бізнесі.	2		Тиждень 7
Самостійна робота 7	Персоналізація взаємодії зі споживачами. Взаємодія «компанія–клієнт». Технології Big Data та аналітика в e-business. Мобільні застосунки у взаємодії з клієнтами. Омніканальний підхід у комунікації з клієнтами. Чат-боти та штучний інтелект у взаємодії з клієнтами. Переваги та ризики використання автоматизованих систем обслуговування. Відгуки та рейтинги клієнтів. Програми лояльності в цифровому середовищі. Віртуальна та доповнена реальність у взаємодії з клієнтами.	10	12	Тиждень 7

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/ роботи	Вид контрольного о заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
1	2	3	4	5
Поточний контроль				
Практична робота №1	Практичне завдання	Практична робота 1 Формування вимог до CRM- технологій в діяльності підприємства.	Виконання практичної частини робіт оцінюється в 10 бали: 1-5 бали – роботу виконано з помилками, або виконано та не оформлено звіт; 6-9 бали – роботу виконано з незначними помилками та звіт оформлено із зауваженнями; 10 балів – роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами	10
Самостійна робота №1	Тестування №1	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістового модулю 1 (розділ 3).	Тестування проводиться в системі Мудл. Тест містить 5 тестових завдань, до кожного завдання подається чотири відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Практична робота №2	Практичне завдання	Практична робота 2 Процес прийняття управлінського рішення щодо вибору CRM системи.	Виконання практичної частини робіт оцінюється в 10 бали: 1-5 бали – роботу виконано з помилками, або виконано та не оформлено звіт; 6-9 бали – роботу виконано з незначними помилками та звіт оформлено із зауваженнями; 10 балів – роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами	10
Самостійна робота №2	Тестування №2	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістового модулю 1 (розділ 3).	Тестування проводиться в системі Мудл. Тест містить 5 тестових завдань, до кожного завдання подається чотири відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Самостійна робота №3	Тестування №3	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістового модулю 2 (розділ 3).	Тестування проводиться в системі Мудл. Тест містить 5 тестових завдань, до кожного завдання подається чотири відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Практична робота №3	Практичне завдання	Практична робота 3 Впровадження CRM системи.	Виконання практичної частини робіт оцінюється в 10 бали: 1-5 бали – роботу виконано з помилками, або виконано та не оформлено звіт; 6-9 бали – роботу виконано з незначними помилками та звіт оформлено із зауваженнями; 10 балів – роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами	10
Практична робота №4	Практичне завдання	Практична робота 4 Оцінка ефективності роботи CRM системи.	Виконання практичної частини робіт оцінюється в 7 бали: 1-3 бали – роботу виконано з помилками, або виконано та не оформлено звіт; 4-6 бали – роботу виконано з незначними помилками та звіт оформлено із зауваженнями; 7 балів – роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами	10

Самостійна робота №4	Тестування №4	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістового модулю 3 (розділ 3).	Тестування проводиться в системі Мудл. Тест містить 5 тестових завдань, до кожного завдання подається чотири відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Усього за поточний контроль	8			60
Підсумковий контроль				
Екзамен	Теоретичне завдання	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістових модулів 1-3 (розділ 3).	Тестування проводиться в системі Мудл. Тест містить 40 тестових завдань, до кожного завдання подається чотири відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,5 балів.	20
	Практичне завдання	Розв'язання двох типових задач, які розглядалися у практичних роботах 1-4	Кожна задача оцінюється за такою шкалою: 10 балів: задачу розв'язано правильно; 9 балів: задачу розв'язано з незначними помилками, але зрозуміло, що студент знає алгоритм розв'язання задачі; 8-7 балів: задачу розв'язано з помилками, з яких зрозуміло, що студент частково знає алгоритм розв'язку задачі; – 6 балів: виписана формула, за якою можна розв'язати задачу та зроблена спроба її розв'язання, наприклад виконав значний обсяг допоміжних розрахунків; – 5 балів: виписана формула, за якою можна розв'язати задачу та зроблені допоміжні розрахунки, які свідчать про те, що студент матеріал частково знає; – 4 бали: виписана формула, за якою можна розв'язати задачу та зроблені допоміжні розрахунки; – 3 бали: виписана формула, за якою можна розв'язати задачу та зроблено незначний обсяг допоміжних розрахунків; – 2-1 бал: виписана формула, за якою можна розв'язати задачу, але з помилками; – 0 балів: задачу не розв'язано.	20
Усього за підсумковий контроль				40

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)		

6. Основні навчальні ресурси

Рекомендована література

1. Барабанова В.В., Богатирьова Г.А. Інноваційний маркетинг: навч. посібник. Кривий Ріг : Вид.ДонНУЕТ, 2022. 145 с.
2. Васильєв О. Л. Електронна комерція : конспект лекцій. Харків : УкрДУЗТ, 2023. 54 с.
URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi83/0062758.pdf>.
3. Григор'єва Т. І., Розенвассер Д. М., Дишкантюк Ю. І. Інформаційні технології в бізнесі. Економіка та суспільство. 2025. Вип. 72. [6 с.].
URL: <http://files.znu.edu.ua/files/2021/EtaS/EtaS2025v72/2.pdf>.
4. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.
URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi67/0049303.pdf>.
5. Клопов І. О., Мержинський Є. К., Шапуров О. О. Публічні закупівлі та електронна торгівля : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 205 с.
URL: <http://files.znu.edu.ua/files/ZII/metodychky/2023/0055719.docx>.
6. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навч.-метод. посіб. Київ : Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi67/0049414.pdf>.
7. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навчально-методичний посібник. Київ : Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
8. Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / за заг. ред.: Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi68/0049742.pdf>.
9. Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.
10. Ромащенко О.С. CRM-маркетинг : метод. реком. щодо вив. навч. дисц. Київ : ДУІКТ, 2025. 50 с.
11. Сак Т. В. Електронна комерція та глобальне підприємництво : курс лекцій. Луцьк : ВНУ ім. Л. Українки, 2023. 113 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi74/0054752.pdf>.
12. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика : навч. посіб. Київ : КиМУ, 2022. 228 с.
URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053860.pdf>.
13. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ: КиМУ, 2022. 228 с.

Додаткова

1. eMarketing: The Essential Guide to Marketing in a Digital World / U. Schuler (ed.). 7th ed. Cape Town : Red & Yellow, 2022. 758 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi77/0057203.pdf>.
2. Grayson R. Foundations in Digital Marketing: Building Meaningful Customer Relationships and Engaged Audiences. Victoria : BCcampus, 2023. 247 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi77/0057202.pdf>.
3. Димченко О. В., Панова О. Д., Коненко В. В. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 432 с.
4. Лебеденко С.О. Інформаційні системи і технології в маркетингу: навчально-методичний комплекс : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Промисловий маркетинг». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 63 с.
5. Модернізація електронної комерції за допомогою цифрових активів в умовах інформаційної економіки : монографія. / М. А. Мащенко, О. М. Кліменко, І. Ф. Лісна [та ін.]. Харків : Право, 2023. 258 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053586.pdf>.
6. Похилько С. В., Приходько А. Ю., Волошко О. О. CRM-система як інструмент підвищення ефективності бізнесу. Маркетинг і цифрові технології. 2024. Т. 8, № 3. С. 69–82. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/2019/scachano/MiT/MiT2024t8n3/69.pdf>.
7. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с.
8. Чайковська М. П., Стоянов В. М. CRM-системи в управлінні маркетинговими ризиками проєктів ризикозахищеності банків. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2022. Т. 21, Вип. 2(51). С. 177–192. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/2023/RE/RE2022n2/177.pdf>.
9. Янчук Т., Боєнко О. Впровадження crm-систем як засіб підвищення ефективності маркетингової діяльності. Економіка та суспільство. 48, 2023. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-89>

Інформаційні ресурси

1. AI-орієнтована no-code платформа для автоматизації процесів та CRM . URL: <https://www.creatio.com/>
2. TQM systems. Впровадження CRM-системи: роль CRM-технологій у підвищенні ефективності бізнесу. URL: <https://tqm.com.ua/ua/likbez/crm-systemy/rol-vprovadzhennia-crm>
3. Майбутнє CRM-систем: які функції стануть стандартом у 2025 році?. URL: <https://kommo.com.ua/majbutnye-srm-system-yaki-funkcziyi-stanut-standartom-u-2025-roczii/>
4. Рейтинг CRM в Україні за 2025 рік: динаміка популярності за два роки. URL: <https://ain.ua/2025/08/05/reiting-crm-v-ukrayini-2023-2025/>
5. Business Process Management Guide 2025 (BPM). URL: <https://kissflow.com/workflow/bpm/business-process-management-overview/>
6. Multiple Creatio Case Studies. URL: <https://www.creatio.com/crm> (офіційні кейси)
7. Key CRM Features to Look for in CRM Software. URL: <https://www.creatio.com/glossary/crm-features>
8. CRM Template Guide (For Excel & Google Sheets). URL: <https://www.salesforce.com/small-business/crm-template/>
9. Corporate Business Automation – From Excel to Intelligent CRM. URL: <https://dataforest.ai/blog/corporate-automation-swapping-excel-chaos-for-smart-ai-System>
10. Business Process Audit: An Ultimate Guide to Enterprise Businesses for 2025. URL: <https://kissflow.com/workflow/bpm/guide-to-business-process-audit/>

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять є обов'язковим компонентом засвоєння дисципліни. За систематичні пропуски занять та не виконання завдань без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані під час консультацій або на в системі Moodle. Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися академічної етики: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дбайливо ставитись до матеріально-технічної бази університету, виконувати графік освітнього процесу, не допускати академічної заборгованості або вчасно ліквідовувати її.

З даної дисципліни визнаються результати неформальної освіти згідно «Положенням Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти». <http://surl.li/evcjl>. Доступність зазначеного документа для учасників освітнього процесу забезпечується шляхом його розміщення на офіційному веб-сайті ЗНУ <http://surl.li/emvpz>.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2025-2026 н. р. доступний за адресою: <https://tinyurl.com/yckze4jd>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmpr5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yeds57la>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень,

відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ
Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**

Електронна адреса: v_banakh@znu.edu.ua

Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE):
<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua.

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

ЦЕНТР НІМЕЦЬКОЇ МОВИ, ПАРТНЕР ГЕТЕ-ІНСТИТУТУ:
<https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

ШКОЛА КОНФУЦІЯ (ВИВЧЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ):
<http://sites.znu.edu.ua/confucius>

Керівник навчально-методичного відділу

Людмила НЕСТЕРЕНКО