

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 18.09.2026 08:36:52
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bdfcf836

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

Коммуникации в управлении взаимоотношениями с клиентами и партнерами, 1 семестр

Код, направление подготовки	38.04.05 Бизнес-информатика
Направленность (профиль)	Управление технологическими изменениями
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Менеджмента и бизнеса
Выпускающая кафедра	Менеджмента и бизнеса

Типовое задание на контрольную работу

Комплексная контрольная работа: «Защита проекта технологической трансформации перед бизнес-заказчиком»

Кейс: Вы - руководитель ИТ-департамента. Ваша команда разработала решение по внедрению новой CRM-системы на базе отечественного ПО (например, Битрикс24 или amoCRM) взамен устаревшей самописной базы данных.

Бизнес-проблема: отдел продаж теряет до 15% лидов из-за отсутствия интеграции телефонии и почты; руководство не видит прозрачную воронку продаж в реальном времени.

Техническое решение: миграция данных, настройка модулей, интеграция с 1С.

Стоимость внедрения: 3 млн рублей.

Срок окупаемости: 14 месяцев за счет роста конверсии.

Вам необходимо провести переговоры с Советом директоров, где присутствуют:

1. Генеральный директор (интересует прибыль и сроки).
2. Коммерческий директор (интересует удобство менеджеров и рост продаж).
3. Финансовый директор (интересует бюджет, ТСО и риски перерасхода).
4. Руководитель службы безопасности (интересует защита персональных данных клиентов при переходе в облако / на новые сервера).

Задание №1. Подготовка материалов

Подготовьте пакет документов объемом 3-5 страниц, который включает:

1. **Резюме для руководства:** краткая выжимка проекта на одну страницу (Цель - Решение - Стоимость - Бизнес-выгода). Написано простым языком без использования технической терминологии.

2. **Трансляция ценности:** таблица соответствия технических работ бизнес-выгодам.

Пример таблицы:

Техническая задача	Бизнес-выгода	Метрика
Интеграция CRM с сайтом и почтой	Автоматический сбор всех заявок в одном окне	Сокращение потери лидов на 15%
Настройка модуля отчетов	Прозрачность работы отдела продаж для руководителя	Сокращение времени на подготовку отчета с 2 дней до 5 минут
Внедрение IP-телефонии внутри CRM	Запись разговоров и контроль качества сервиса	Повышение конверсии из звонка в сделку на 5%

3. **План управления ожиданиями:** аргументированное обоснование выбора архитектуры с точки зрения ФЗ-152 «О персональных данных».

Задание №2. Разработка сценария переговоров (Ролевая игра)

Разработайте краткий сценарий (скрипты) Ваших ответов на вероятные возражения и вопросы каждой роли:

Генеральный директор: «Почему так дорого? Мы три года назад внедряли что-то похожее за миллион». (Ожидаемый ответ студента: акцент на инфляции, изменении курса валют, разнице между «самописным» решением и поддерживаемой платформой, а также на стоимости владения ТСО).

Финансовый директор: «Откуда цифра ROI в 14 месяцев? Покажите расчет». (Ожидаемый ответ: демонстрация формулы расчета экономии ФОТ + прироста выручки, готовность обсудить поэтапное финансирование).

Коммерческий директор: «Мои менеджеры ненавидят менять интерфейсы, они будут саботировать внедрение». (Ожидаемый ответ: план обучения, вовлечение лидеров мнений из отдела продаж в тестирование MVP, упрощение интерфейса под их задачи).

Служба безопасности: «Где физически будут лежать данные наших клиентов? Кто будет иметь доступ к серверам?» (Ожидаемый ответ: описание регламентов доступа, возможность шифрования данных).

Задание №3. Структура презентации

Представьте структуру слайдов (до 10 штук) для выступления перед этой аудиторией.

Важно: на слайдах должен быть минимум текста и максимум визуализации (графики роста прибыли, схема потоков данных вместо описания кода).

Слайд 1: титульный (проблема бизнеса, а не название программы).

Слайд 2: цена бездействия (сколько денег мы теряем сейчас).

Слайды 3-4: решение глазами пользователя (скриншоты удобства).

Слайд 5: деньги (инвестиции / выгода).

Слайд 6: риски и как мы их закрываем (ответ для финансового директора и службы безопасности).

Слайд 7: Дорожная карта (что делаем в 1-м месяце, во 2-м...).

Слайд 8: Призыв к действию (какое решение требуется от них сегодня?).

Типовые вопросы к экзамену:

1. Классификация заинтересованных сторон (стейкхолдеров) проекта. Методы их идентификации.
2. Матрица влияния и интереса: описание квадрантов и соответствующие стратегии взаимодействия.
3. Управление ожиданиями заинтересованных лиц: инструменты фиксации требований и протоколирования договоренностей.
4. Разработка плана коммуникаций со стейкхолдерами: структура документа и ключевые параметры сообщения.
5. Особенности работы с внешними регуляторами и государственными органами как специфической группой стейкхолдеров.
6. Проблема «перевода» с технического языка на язык бизнеса. Примеры трансформации показателей эффективности разработки в бизнес-метрики.
7. Подготовка материалов по резюме проекта. Правила структурирования отчета для высшего руководства.
8. Визуализация данных для нетехнической аудитории: принципы выбора диаграмм (когда использовать гистограмму, а когда - линейный график).
9. Презентационные техники: работа с вопросами и возражениями аудитории во время защиты проекта технологической трансформации.
10. Невербальные коммуникации и психология публичного выступления перед требовательной аудиторией.
11. Природа конфликта между ИТ-службой («нужна стабильность») и бизнесом («нужно быстро»). Модель управляемого конфликта.
12. Техники медиации и фасилитации при проведении совместных совещаний разработчиков и заказчиков.

13. Выстраивание системы управления в отношениях с ключевым ИТ-партнером или аутсорсером.
14. Модели контрактов с поставщиками: риски и специфика коммуникаций в каждой модели.
15. SLA (соглашение об уровне сервиса) как инструмент управления ожиданиями партнера: что должно быть включено в документ.
16. Концепция Customer Journey Map (CJM). Этапы построения и выявление «болевых точек» клиента.
17. Роль CRM-систем не только как хранилища контактов, но и как инструмента автоматизации маркетинга и продаж.
18. Сегментация клиентской базы: критерии разделения клиентов на группы для целевых коммуникаций.
19. Управление лояльностью (LTV) и удержанием клиентов через проактивные коммуникации.
20. Этика цифрового общения: правила деловой переписки и мессенджер-корпоративный этикет при общении с клиентами.