

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

в.о. завідувач кафедри маркетингу

Куваєва Т.В. _____

«14» листопада 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«CRM СИСТЕМИ В МАРКЕТИНГУ»

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Статус	вибіркова (фахова)
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Термін викладання	7-й семестр, 13-14 чверті
Мова викладання	українська

Викладач: старший викладач кафедри маркетингу Макуха Ю.М.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__»__ 20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__»__ 20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2025

Робоча програма навчальної дисципліни «CRM системи в маркетингу» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д. : НТУ «ДП», 2025. 14 с.

Розробник – старший викладач кафедри маркетингу Макуха Ю.М.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни (за наявності);
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ.....	4
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	4
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	4
6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ.....	6
6.1. Шкали.....	6
6.2. Засоби та процедури	7
6.3. Критерії.....	8
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	11
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	11

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. **Мета дисципліни** полягає в формуванні знань, що дозволяють створити цілісне уявлення про концепцію управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), зрозуміти основні принципи та сутність клієнто-орієнтованого підходу, вивчити процес розробки та впровадження концепції CRM на підприємстві, навчити самостійній роботі з програмними продуктами відповідного типу.

2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Згідно з визначеними загальними компетентностями, в результаті вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг в соціальних мережах», що є вибірковою дисципліною, студенти мають досягнути таких дисциплінарних результатів навчання:

Шифр ДРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)
	зміст
ДРН -01	знати сутність, предмет, завдання та основні принципи клієнтоорієнтованого підходу
ДРН-02	знати основні складові та принципи функціонування CRM систем
ДРН-03	володіти основними інструментами CRM систем
ДРН-04	знати основні процеси створення цінності для клієнтів
ДРН-05	вміти розробляти стратегію впровадження CRM систем з урахуванням специфіки діяльності різних економічних суб'єктів
ДРН-06	вміти оцінювати ефективність застосування CRM системи
ДРН-07	знати сучасні системи реалізації клієнтоорієнтованого підходу

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Базовими дисциплінами є освітні компоненти, що вивчалися здобувачами на попередніх курсах, які формують компетентності зі здатності до ініціативності, відповідальності та навичок щодо безпечної діяльності майбутнього профілю роботи.

4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години			
		денна вечірня		заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	26	34	6	54
практичні	60	26	34	6	58
РАЗОМ	120	52	68	12	108

5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	60
ДРН-01	1. Сутність і сфера клієнтоорієнтованого підходу. Основні поняття.	8
	Історія розвитку клієнтоорієнтованого підходу	
	Сутність клієнтоорієнтованого підходу.	
	Суб'єкти й об'єкт клієнтоорієнтованого підходу	
ДРН-01	2. Теоретичні аспекти клієнтоорієнтованого підходу	6
	Визначення терміну CRM	
	Сутність та принципи концепції CRM	
	Причини виникнення цього підходу	
	Типи CRM	
ДРН-02 ДРН-03	3. Процес розробки стратегії CRM	6
	Бізнес-стратегія, як частина процесу розробки стратегії CRM	
	Галузеві та конкурентні характеристики	
	Специфіка реалізації різних варіантів стратегій	
	Приведення бізнес-стратегії у відповідність до клієнтської стратегії	
ДРН-04	4. Процес створення цінності	6
	Цінність, що одержує клієнт	
	Модель додаткових послуг	
	Сходи лояльності клієнтів	
	Участь бренду в освіті цінності	
ДРН-05	5. Процес багатоканальної інтеграції	6
	Учасники каналів розподілу	
	Категорії каналів (торгові точки, телефонія, прямий маркетинг, електронна торгівля, мобільна торгівля)	
	Інтеграція каналів	
	Стратегія каналів для кожного клієнтського сегменту	
	Стратегія диференційованого менеджменту клієнтів	
ДРН-05	6. Процес управління інформацією	6
	Роль інформації. ІТ та управління інформацією	
	Технічні перешкоди по дорозі CRM	
	Репозиторій даних; бази даних; сховища даних; вітрини даних	
	Додатки для відділів продажу та документообігу	
ДРН-02 ДРН-06	7. Процес оцінки ефективності	6
	Акціонерна цінність, цінність для клієнтів, цінність для співробітників та зниження витрат у рамках CRM	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	Ключові чинники, що впливають результати для акціонерів	
	Ланцюжок «послуги прибуток»	
	Операційна метрика, стратегічна метрика, метрика порівняльної результативності	
	Ключові показники ефективності (КПЕ)	
ДРН-07	8. Інформаційні технології управління взаємовідносинами з клієнтами	6
	Світовий ринок клієнтоорієнтованих систем	
	Український ринок інформаційних систем управління клієнтської базою	
	Основні критерії вибору (тип можливість спільної роботи CRM та облікової системи, відповідність особливостям вітчизняної практики ведення бізнесу, доступність послуг з впровадження та супроводу у вашому регіоні, можливості інтеграції з телекомунікаціями, веб-додатками та іншими програмними продуктами, можливість організації віддаленого доступу)	
ДРН-07	9. Перспективи розвитку клієнтоорієнтованих технологій	8
	Концепція ECRM	
	Концепція Social CRM	
	Інтеграція CRM та інших програмних продуктів	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	60
ДРН-02	1. Ознайомлення з інтерфейсом системи та функціоналом Bitrix24	6
ДРН-03		
ДРН-04	2. Робота з клієнтською базою.	6
ДРН-06	3. Управління діями	6
	4. Управління продажами	6
	5. Маркетинг та аналітика	6
	6. Ознайомлення з інтерфейсом системи Salesforce.com	6
	7. Робота з клієнтською базою	6
	8. Робота в команді. Постановка завдань	6
	9.Додаткові модулі системи (Binotel и Neiron)	6
	10. Ознайомлення з системи Salesdrive та KeyCRM	6
	РАЗОМ	180

6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності здобувачів за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувачі на контрольних заходах мають виконувати завдання, орієнтовані на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

і. Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	відповіді на контрольні запитання	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час заліку за бажанням студента
	індивідуальні завдання	виконання завдань під час практичних занять та самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного та індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим опису кваліфікаційного рівня за НРК, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час заліку має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня за НРК.

6.3. Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (подано нижче).

**Загальні критерії досягнення результатів навчання для
6-го кваліфікаційного рівня за НРК**

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Знання		
♦ концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння/навички		
♦ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності	80-84

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	при реалізації двох вимог	
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації; ♦ збір, інтерпретація та застосування даних; ♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. Комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді); - правильність відповідей на запитання; - доречна техніка відповідей на запитання; - здатність робити висновки та формулювати пропозиції	95-100
	Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння проблематикою галузі.	74-79

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами; ♦ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах; ♦ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; ♦ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп; ♦ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на: 1) управління комплексними проектами, що передбачає: - дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; - здатність до роботи в команді; - контроль власних дій; 2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає: - обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; - самостійність під час виконання поставлених завдань; - ініціативу в обговоренні проблем; - відповідальність за взаємовідносини; 3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає: - використання професійно-орієнтованих навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: - ступінь володіння фундаментальними знаннями; - самостійність оцінних суджень; - високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; - самостійний пошук та аналіз джерел інформації	95-100
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту	90-94

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	особистості (не реалізовано дві вимоги)	
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365, доступ до безкоштовної платформи Canva, Bitrix24, Neiron, SalesForce, доступ до мережі Інтернет.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Балабанова Л. В., Холод В. В. Управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 252 с.
2. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С. Маркетингові інформаційні системи та CRM-технології : навчальний посібник. Суми : СумДУ, 2021. 300 с.
3. Salesforce Research. State of Marketing & CRM Report. 2023–2025. URL: <https://www.salesforce.com/resources>.
4. Payne A. Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer
5. Крикавський Є. В., Косар Н. С. Цифрові технології у маркетингу та управлінні клієнтським досвідом : навч. посіб. Львів : Львівська політехніка, 2022. 288 с.
6. Дейнега О. В. CRM-системи як інструмент підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства. Маркетинг і цифрові технології. 2022. Т. 6, № 2. С. 33–41.
7. Peppers D., Rogers M. Managing Customer Experience and Relationships. 4th ed. Hoboken : Wiley, 2022. 432 p.
8. Маркетинг і цифрові технології : науковий журнал. Розділи з CRM та customer analytics. Одеса : ОПУ, 2022–2025.

9. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity.
10. Бойчук І. В., Музика О. М. Автоматизація маркетингу на основі CRM-систем. Економіка та управління підприємствами. 2023. № 1. С. 64–70.
11. Лях І. А. Використання CRM-систем у клієнтоорієнтованих маркетингових стратегіях. Вісник КНЕУ. 2024. № 3. С. 89–96.
12. Соколовська З. М. Управління клієнтським досвідом (CX) на основі CRM-платформ. Бізнес Інформ. 2023. № 11. С. 121–127.
13. Шевченко О. П. CRM-аналітика в системі маркетингових рішень підприємства. Економічний простір. 2025. № 187. С. 54–61.
14. CRM-системи в цифровому маркетингу : колективна монографія / за ред. Н. В. Карпенко. Полтава : ПУЕТ, 2024. 310 с.
15. Огляд Salesforce CRM. Термінологія, готові рішення та функціонал. Частина 1 (<https://dou.ua/lenta/columns/salesforce-crm-1/>) Частина 2 (<https://dou.ua/forums/topic/34041/>)
16. Salesforce Crm Tutorial What Is Salesforce Crm <https://uk.myservername.com/salesforce-crm-tutorial-what-is-salesforce-crm>
17. Раїса Дудник, CRM–стратегія та її місце в управлінні компанією. [Електронний ресурс] – URL: <https://forinsurer.com/public/03/02/17/290>
18. Офіційний сайт компанії Neuron <https://neuron-systems.com/>
19. Офіційний сайт компанії KeyCRM <https://ua.keycrm.app/>
20. Офіційний сайт компанії Birtix24 <https://www.bitrix24.ua/>
21. Офіційний сайт компанії Salesdrive <https://salesdrive.ua/>
22. Buttle F., Maklan S. Customer Relationship Management: Concepts and Technologies. 4th ed. London : Routledge, 2022. 520 p.
23. Management. 2nd ed. London : Routledge, 2021. 560 p.
24. Kumar V., Reinartz W. Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools. Berlin : Springer, 2023. 450 p.
25. Greenberg P. CRM at the Speed of Light: Social CRM Strategies, Tools, and Techniques. 5th ed. New York : McGraw-Hill, 2021. 560 p.
26. HubSpot. CRM and Marketing Automation Guides. 2022–2025. URL: <https://www.hubspot.com/resources>.
27. Gartner. Magic Quadrant for CRM Customer Engagement Center. 2021–2025. URL: <https://www.gartner.com>.
28. Hoboken : Wiley, 2021. .
29. Digital Marketing Institute. CRM and Customer Data Platforms (CDP) Resources. 2022–2025. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/resources>.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«CRM СИСТЕМИ В МАРКЕТИНГУ» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг

Розробник:
Макуха Юрій Михайлович

В редакції автора

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19