

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Методичні рекомендації**  
**до виконання лабораторних робіт**  
**з навчальної дисципліни**  
**"ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ**  
**В МАРКЕТИНГУ"**  
**(в середовищі CRM-системи "Парус")**  
**для студентів напряму підготовки "Маркетинг"**  
**усіх форм навчання**

**Харків. Вид. ХНЕУ, 2008**

Затверджено на засіданні кафедри інформаційних систем.  
Протокол №1 від 28.08.2007 р.

M54        Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт з навчальної дисципліни "Інформаційні системи в маркетингу" (в середовищі CRM-системи "Парус") для студентів напряму підготовки "Маркетинг" усіх форм навчання / Укл. І. О. Ушакова. — Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. — 64 с. (Укр. мов.)

Наведені завдання для лабораторних робіт і самостійної роботи за модулем "Менеджмент і маркетинг" системи ПАРУС з тем "Настроювання системи", "Заповнення словників", "Робота з Журналом обліку робочого часу", "Розділ "Клієнти і потенційні клієнти", "Розділ "Маркетинг і збут", а також методичні рекомендації до їх виконання, що сприяє придбанню практичних навичок роботи із CRM-системами.

Рекомендовано для студентів напряму підготовки "Маркетинг" усіх форм навчання.

## Вступ

Маркетинг – один з напрямків застосування інформаційних технологій, що найбільш розвивається. Автоматизація інформаційних процесів в цій області в умовах інтенсивного розвитку ринкових відносин є стратегічним фактором конкуренції. Сучасні інформаційні технології дозволяють практично миттєво підключатися до будь-яких електронних масивів, одержувати всю необхідну інформацію і використовувати її для аналізу, прогнозування, прийняття управлінських рішень у сфері бізнесу, комерції, маркетингу.

Студенти напряму підготовки "Маркетинг" повинні бути підготовлені теоретично і практично до нових умов роботи у сфері маркетингової діяльності. Організація внутрішньовиробничих і ринкових відносин вимагає від фахівців глибоких знань не тільки у області менеджменту і маркетингу, але й інформаційних систем та технологій для реалізації маркетингової діяльності.

В даний час особливий інтерес виявляється до інтегрованих інформаційних систем управління підприємствами, тому що автоматизація окремих функцій управління, у тому числі і маркетингу, не дає підприємству максимум переваг в конкурентній боротьбі. Серед інтегрованих інформаційних систем управління для підприємств малого і середнього бізнесу, яких в Україні більшість, лідируюче положення займають системи ПАРУС, 1С та ін.

Комплексна система автоматизації підприємств малого і середнього бізнесу "ПАРУС – ПІДПРИЄМСТВО" розроблена СП "Парус – Україна". Система включає ряд взаємозв'язаних модулів, таких як "Бухгалтерія госпрозрахункова", "Бухгалтерія бюджетна", "Заробітна платня", "Консолідація", "Персонал", "Торгівля і склад", "Менеджмент і маркетинг" і т.д.

Метою лабораторних занять є засвоєння студентами практичних навичок роботи з модулем "Менеджмент і маркетинг" системи ПАРУС.

Дані методичні рекомендації охоплюють п'ять тем: "Настройка системи", "Заповнення словників", "Робота з "Журналом обліку робочого часу"", "Розділ "Клієнти і потенційні клієнти"", "Розділ "Маркетинг і збут"". Завдання розраховані на виконання студентами на лабораторних заняттях і в процесі самостійної роботи.

# Лабораторна робота №1

## Настройка системи

### Цілі лабораторної роботи:

настроїти модуль "ПАРУС – Адміністратор";  
освоїти роботу з вбудованою допомогою системи ПАРУС;  
настроїти модуль "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг".

### Методичні рекомендації до виконання

#### 1. Настройка модуля "ПАРУС – Адміністратор".

При виконанні завдання кожен студент задає індивідуальні параметри настройки: ім'я папки, БД.

##### 1.1. Створіть на диску порожню папку.

Назвіть її, наприклад, **Мім4-1\_Іванова** (факультет, курс, група, прізвище). Надалі в ній буде розміщена ваша база даних.

##### 1.2. Запустіть модуль "ПАРУС – Адміністратор".

Модуль "ПАРУС – Адміністратор" можна запустити таким чином: за допомогою ярлика, створеного під час інсталяції на робочому столі (рис. 1);



Рис. 1. Ярлик для запуску модуля "Парус-Адміністратор"

вибравши пункт головного меню **Windows**:

**Програми → ПАРУС-Предприємство 7.40 →  
ПАРУС – Адміністратор**

запустивши файл **C:\Program Files\Parus\Admin.exe**

##### 1.3. Створіть нову БД і реєструйтесь в системі.

Після інсталяції система не має бази даних. Тому її потрібно створити, увійшовши до системи під профілем **адміністратора**. Для цього необхідно у вікні "Реєстрація в системі", що з'явилося, заповнити поля (рис. 2) :

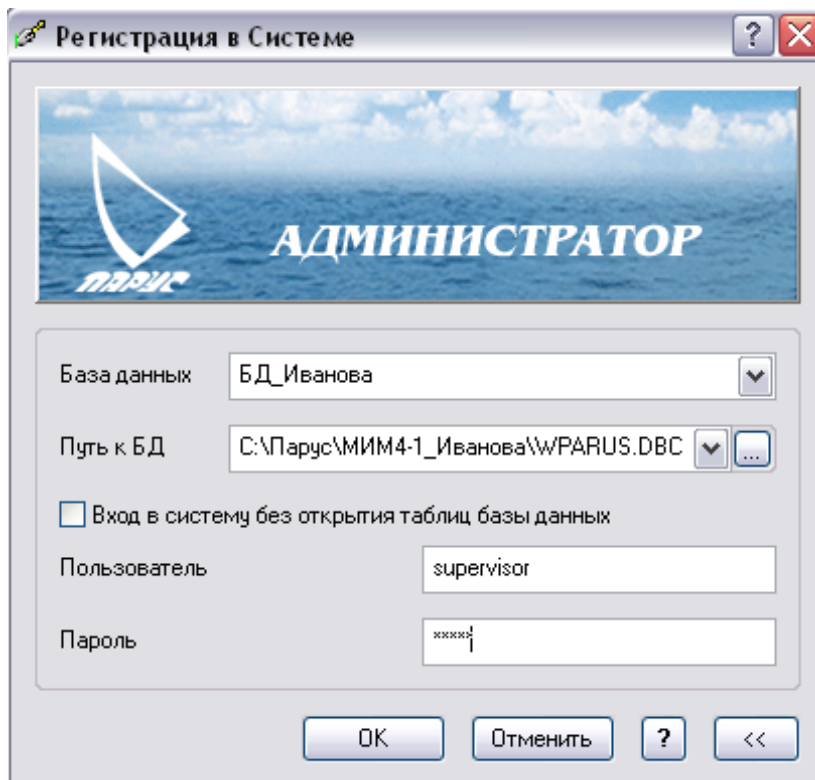


Рис. 2. Вікно "Реєстрація в Системі"  
для модуля "Адміністратор"

у полі **База даних** вкажіть назву бази даних, наприклад, **БД\_Іванова**;  
у полі **Шлях до БД** вкажіть шлях до папки, в якій буде створена БД,  
наприклад, **С:\Парус\Мім1-1\_Іванова\WPARUS.DBC**. Тут **WPARUS.DBC**  
ім'я файлу бази;

у полі **Користувач** введіть ім'я **SUPERVISOR**, це буде ім'я адмініс-  
тратора БД;

у полі **Пароль** введіть пароль **admin**, це буде пароль адміністратора БД;  
натисніть кнопку **ОК**.

Після цього послідовно з'являтимуться вікна запитів:

"У вказаному каталозі база даних відсутня! Створити?" (рис. 3).  
Необхідно вибрати кнопку **Так**;

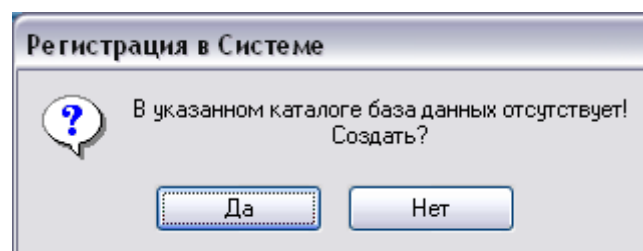


Рис. 3. Вікно запиту на створення БД

"У вказаному каталозі відсутній файл конфігурації. Ви хочете створити його за допомогою настановної дискети?" (рис. 4). Необхідно вибрати кнопку **Ні**;

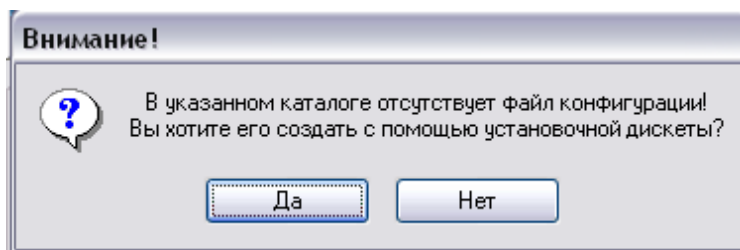


Рис. 4. Вікно запиту на створення файлу конфігурації

"Використовувати госпрозрахункову комплектацію?" (рис. 5). Необхідно вибрати кнопку **Так**;

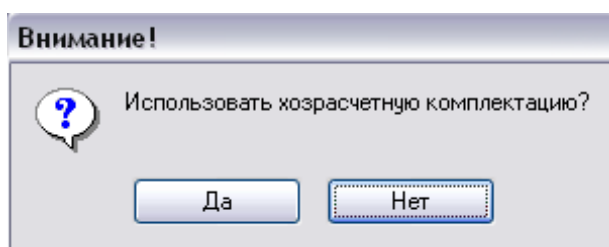


Рис. 5. Вікно запиту для підтвердження вибору госпрозрахункової комплектації

інформаційне повідомлення (рис. 6), в якому натиснути кнопку **Продовжити**.

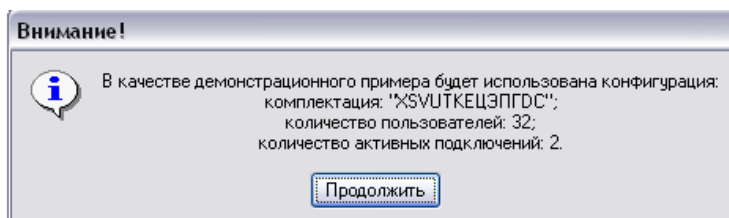


Рис. 6. Інформаційне повідомлення

## 2. Робота з довідковою системою

Завдання виконується відповідно до індивідуального варіанту, виданого викладачем (табл. 1).

### Варіанти завдань до роботи з довідковою системою

№ варіанту	Розділ допомоги
1	Клієнти і потенційні клієнти
2	Маркетинг і збут
3	Маркетингові акції
4	Товари
5	Журнал звернень
2	Журнал обліку робочого часу
6	Журнал сервісного обслуговування
7	Журнал обліку рекламацій
8	Журнал доставки
9	Журнал накладних витрат
10	Журнал платежів

2.1. Запустіть модуль "ПАРУС – Менеджмент" і Маркетинг. Модуль "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг" можна запустити: з "ярлика", створеного під час інсталяції на робочому столі (рис. 7); вибравши пункт головного меню **Windows**:

**Програми → ПАРУС – Предприятие 7.40 →  
ПАРУС – Менеджмент и Маркетинг**

запустивши файл **C:\Program Files\Parus\Wned\WVNEDED.exe**.

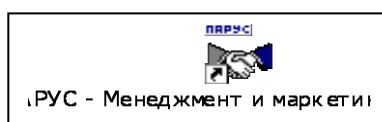


Рис. 7. Ярлик для запуску модуля "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг"

У вікні (рис. 8), що з'явилося, вкажіть шлях до створеної БД, введіть ім'я та пароль: натисніть кнопку **ОК**:

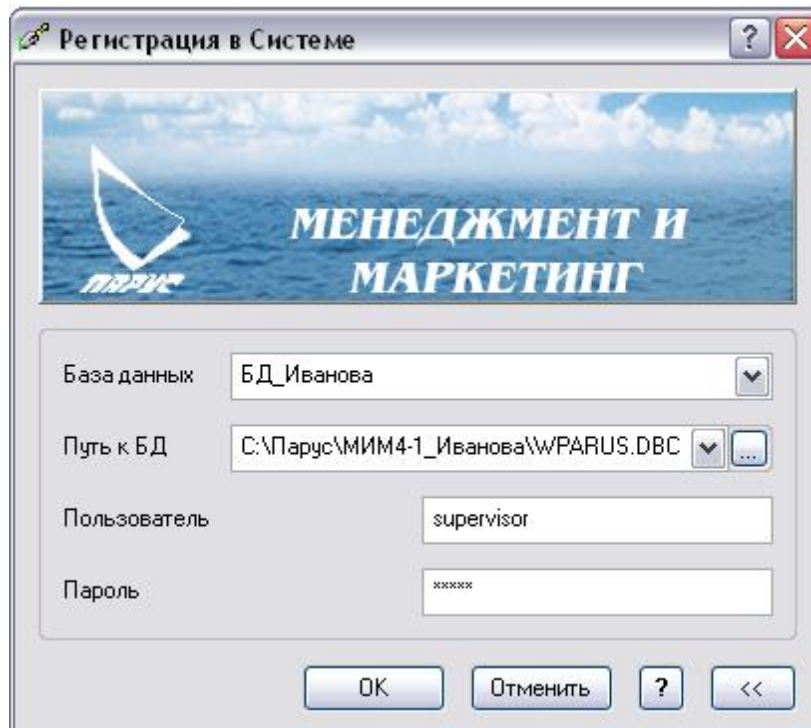


Рис. 8. Вікно "Реєстрація в Системі" для модуля "Менеджмент і Маркетинг"

2.2. Ознайомтеся із загальним призначенням основних пунктів меню головного вікна модуля "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг".

Виберіть розділ головного меню  (рис. 9).

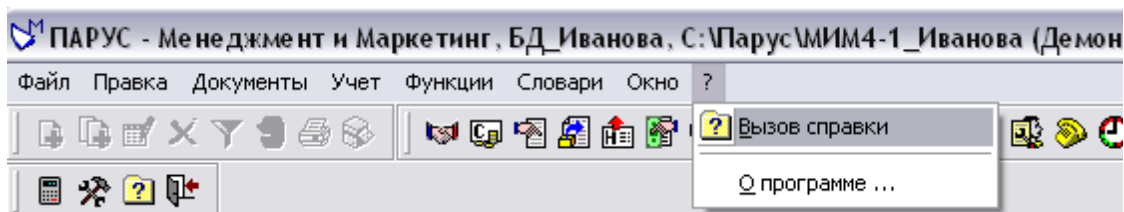


Рис. 9. Вікно "Виклик довідки"

У вікні, що з'явилося, у вкладці **Зміст** виберіть **Огляд системи** і натисніть клавішу **ОК** (рис. 10).



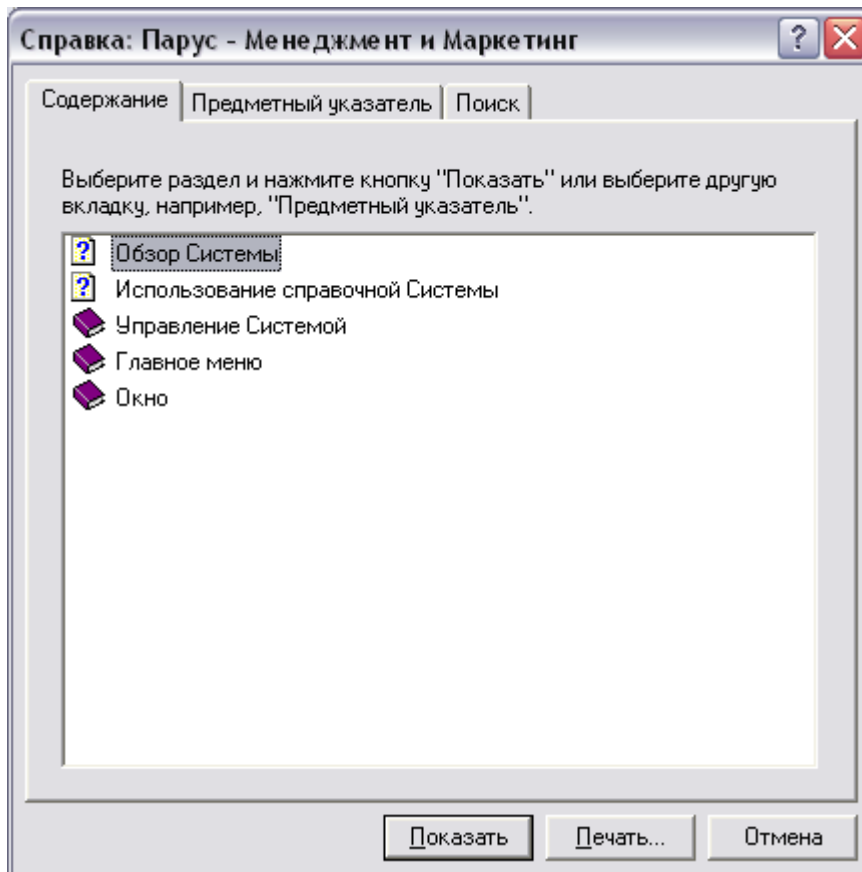


Рис. 10. Вікно довідки

У вікні (рис. 11), що з'явилося, слідуючи викладеним там інструкціям, викличте показ головного вікна системи (активізуючи фразу – "Клацніть мишею на цій фразі").

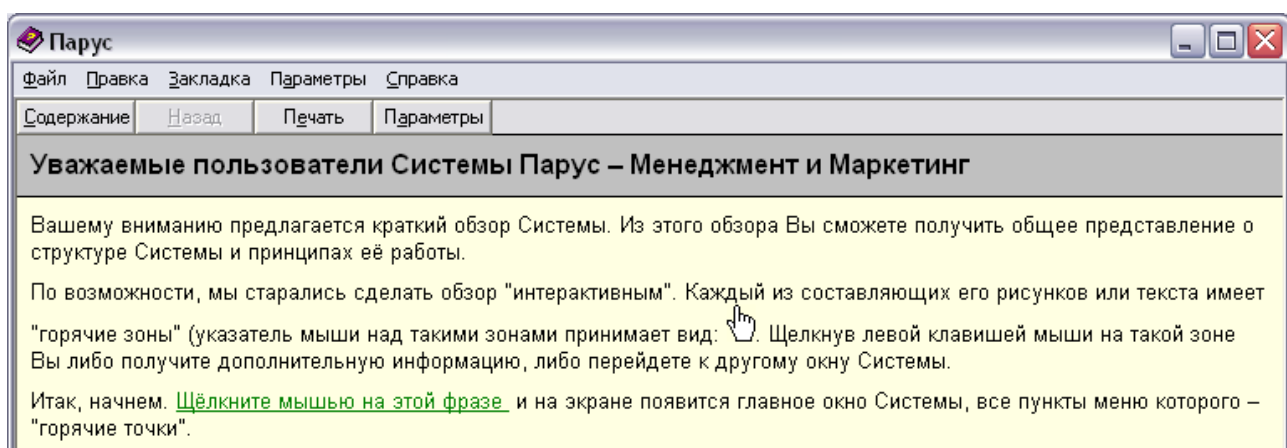


Рис. 11. Вікно допомоги

Поетапно, викликаючи натисненнями мишки роз'яснення до того або іншого розділу системи, ознайомтеся з призначенням всіх основних пунктів меню і піктограм головного вікна модуля "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг". На рис. 12 показана довідка до розділу "Настройка системы".

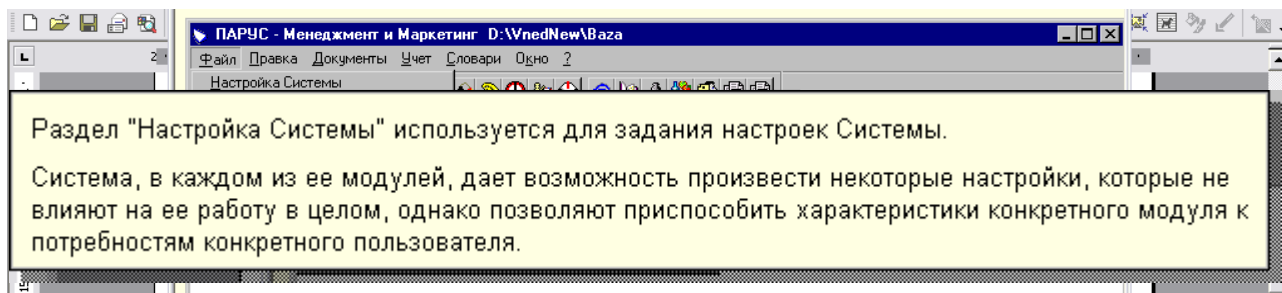


Рис. 12. Довідка до розділу "Настройка системы"

2.3. Знайдіть довідкову інформацію за розділом відповідно до вашого варіанту.

Виберіть розділ ? → **Виклик довідки**. У вікні, що з'явилося, у вкладці **Пошук** в полі **1. Введіть шукані слова** введіть потрібні слова (див. табл. 1). У міру набору букв, в полях **2** і **3** з'являтимуться потрібні слова і розділи, які підбиратиме система. Виберіть потрібне із списку і натисніть клавішу **Показати** (рис. 13). На екрані відобразиться довідка за вибраним розділом.

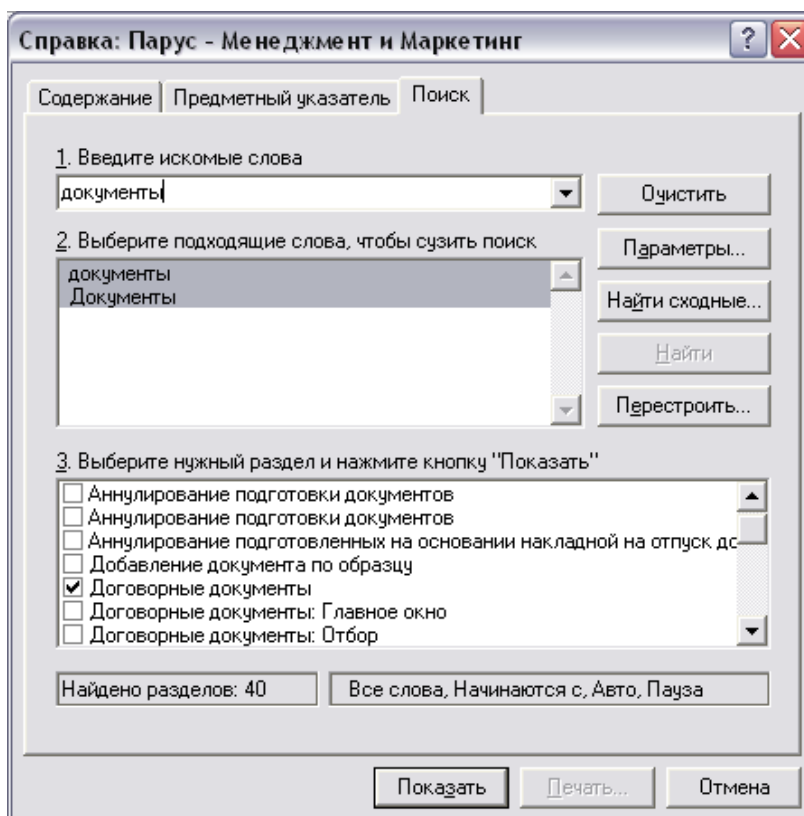


Рис. 13. Вікно довідки "Пошук"

Цей спосіб пошуку довідки дає можливість робити докладніший пошук. У вікні **Параметри** можна самим задати параметри, за якими система здійснюватиме пошук.

Допомога за поточним розділом системи викликається натисненням клавіші **F1**.

### 3. Настройка модуля "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг"

У модулі "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг" відкрийте вікно налаштувань системи за допомогою команди **Файл → Налаштування Системи** (рис. 14).

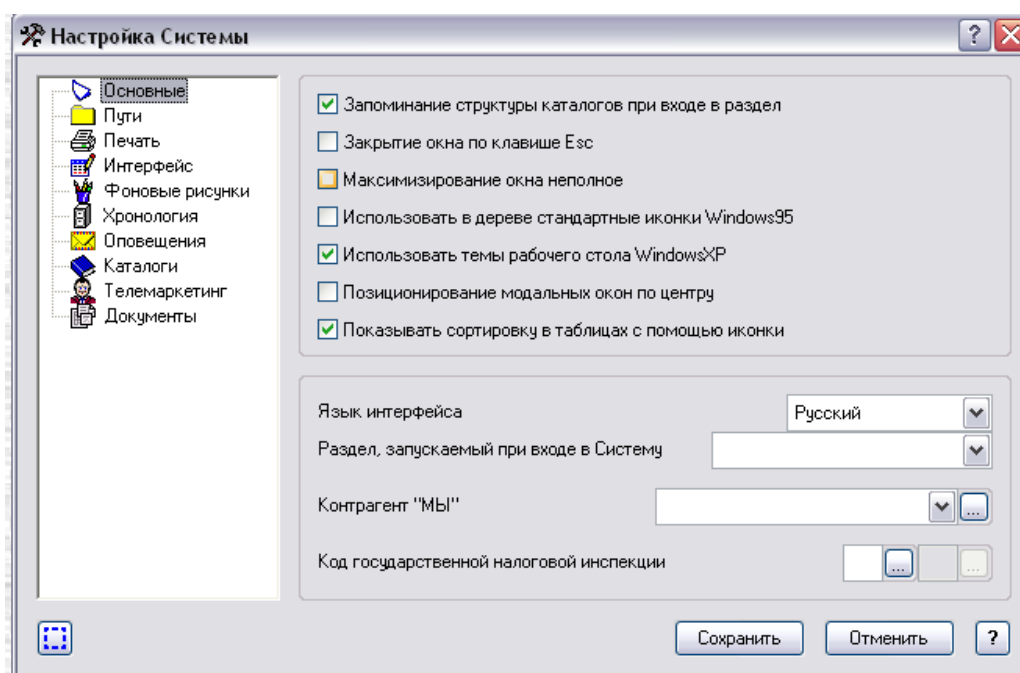


Рис. 14. Вікно "Налаштування Системи"

Вивчіть основні можливості налаштування модуля "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг". Виконайте налаштування характеристик розділів **Основні, Шляхи, Інтерфейс, Фонові малюнки** для Ваших потреб роботи з системою.

### **Зміст звіту з виконаної роботи**

1. Цілі роботи.
2. Індивідуальні налаштування студента для роботи з модулем "ПАРУС – Адміністратор".
3. Довідкова інформація по розділу допомоги.
4. Індивідуальні налаштування студента для роботи з модулем "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг".
5. Висновки.

## Контрольні запитання

1. Як настроїти модуль "ПАРУС – Адміністратор"?
2. Для чого призначений розділ допомоги "Огляд системи", як з ним працюють?
3. Який порядок отримання допомоги за ключовими словами? Як можна його настроїти?
4. Як можна отримати допомогу в поточному розділі системи?
5. Яким чином настроюються характеристики для роботи з модулем "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг"? Які характеристики Ви настроїли для роботи з системою?

## Лабораторна робота №2

### Створення словників

#### Цілі лабораторної роботи:

знайомство з призначенням і структурою словників модуля "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг";

освоєння навичок роботи із словниками в системі ПАРУС;

заповнення словників модуля "ПАРУС – Менеджмент і Маркетинг" для їх використання в подальшій роботі.

#### Методичні рекомендації до виконання

Поняття "Словник" в Системі використовується досить умовно. Під "Словником" прийнято називати будь-яке сховище інформації, в якому зберігаються допоміжні відомості.

У лабораторній роботі розглядається створення словників: "Найменування і курси валют", "Одиниці виміру", "Номенклатор товарів і послуг", "Співробітники", "Контактні особи", "Потенційні працівники".

1. Створення словника "Найменування і курси валют".

Словник "**Найменування і курси валют**" служить для реєстрації валют, які використовуються в облікових операціях, а також для зберігання історії зміни курсів зареєстрованих валют щодо базової валюти (наприклад, до гривні). Система дозволяє вести облік як фінансових, так і матеріальних коштів в різних валютах. Число валют, які одночасно використовуються в розрахунках, не обмежене.

Система зберігає не тільки курси на поточну дату, але і всі попередні.

Одна із зареєстрованих в словнику валют є "**базовою валютою**", тобто валютою, в якій, в основному, ведеться облік. Курси всіх валют указуються щодо базової валюти. Курс базової валюти рівний 1, і Система не дозволяє його змінити. Згідно з законодавством базовою валютою в нашій країні встановлена **гривня**.

### 1.1. Завдання.

Введіть валюти долар США і євро з їх курсами на три дати. Значення курсів валют вибрати самостійно.

Для долара США – код валюти **048**, код ISO – **USD**.

Для євро – код валюти **978**, код ISO – **EUR**.

### 1.2. Порядок виконання.

Виберіть пункт меню: **Словники** → **Найменування і курси валют**.

У верхній панелі **Найменування валют** натисненням правої кнопки мишки викличте контекстне меню, виберіть команду **Додати**. Заповніть поля форми, що з'явилася. Встановіть курсор на рядок із створеним Вами найменуванням валюти (згідно з завданням для євро).

У нижній панелі **Історія зміни курсу** відображається історія курсу тієї валюти, на якій встановлений курсор в панелі **Найменування валют** (рис. 15).

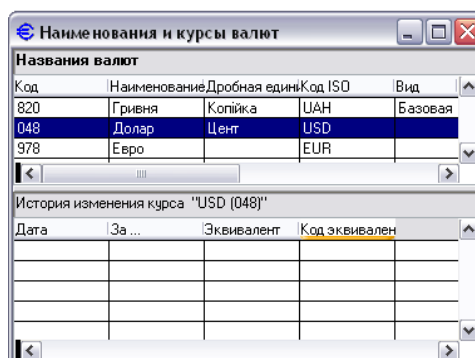


Рис. 15. Вікно "Курси валют"

Для введення курсу валюти в контекстному меню панелі **Історія** виберіть **зміни курсу Додати** і у формі, що з'явилася, внесіть дані про курси валют. Натисніть кнопку **Записати** (рис. 16).

Рис.16. Форма для зміни курсу валют

## 2. Створення словника "Одиниці виміру".

Інформація, що зберігається в словнику "**Одиниці виміру**" призначена для зберігання переліку одиниць виміру і видів упаковок товарів і послуг, які використовуються в Системі.

### 2.1. Завдання.

Введіть одиниці виміру (ОВ) в розділі "**Одиниці виміру товарів**":

Базова ОВ "Штука". Похідні: упаковка на 10 шт., упаковка на 500 шт., упаковка на 1000 шт.

Базова ОВ "Кілограм". Похідні ОВ: ящик на 20 кг, ящик на 10 кг, пачка 0,5 кг.

Базова одиниця виміру штука і кілограм вже існують у відповідних розділах. Потрібно створити лише похідні одиниці виміру.

### 2.2. Порядок виконання.

Виберіть пункт меню:

#### **Словники → Одиниці виміру.**

Створіть в панелі каталогів розділ **Одиниці виміру товарів**, клацнувши правою кнопкою миші на заголовку **Одиниці виміру** і виберіть з контекстного меню команду **Додати**. З'явиться новий розділ, який Ви зможете перейменувати в **Одиниці виміру товарів**. Аналогічним чином створюються підрозділи.

Активізуйте створений розділ **Одиниці виміру товарів** клацанням мишки.

Для занесення **похідної ОВ** клацніть правою кнопкою миші у вікні **Список одиниць виміру** і виберіть з контекстного меню команду **Додати** (рис. 17).

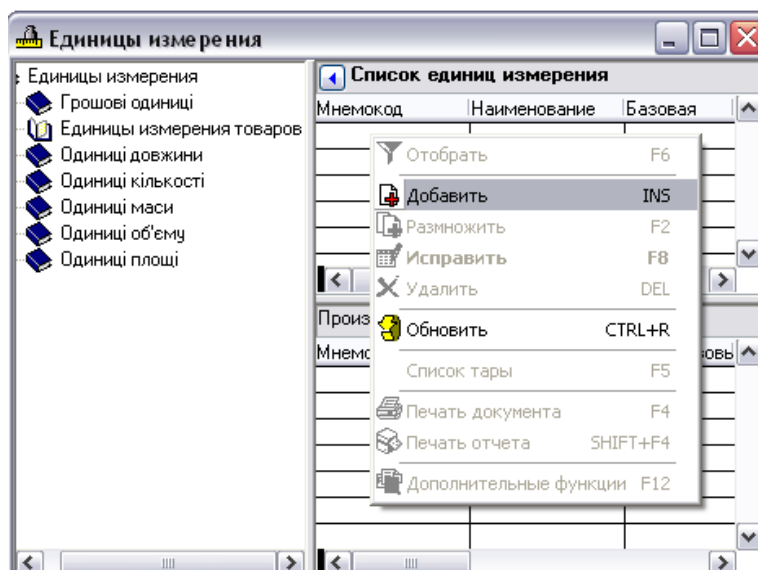


Рис. 17. Вікно "Одиниці виміру"

У вікні **Додавання**, що з'явилося, заповніть такі поля (рис. 18):

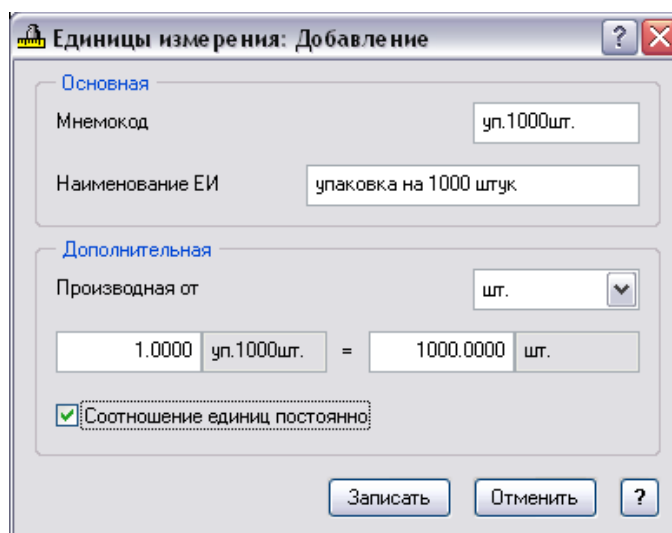


Рис. 18. Додавання похідної одиниці виміру

**Мнемокод** – уведіть скорочену назву похідної одиниці виміру;

**Найменування ОВ** – уведіть повне найменування похідної одиниці виміру;

у полі **Похідна від** вибрати зі списку базову одиницю виміру – *шт.*

У наступних двох полях уведіть:

кількість базових одиниць ;

кількість похідних одиниць за відповідну кількість базових.

Натисніть кнопку **Записати**.

### 3. Створення словника "Номенклатор товарів і послуг".

Словник "Номенклатор товарів і послуг" призначений для зберігання і використання інформації про товари і послуги, які є предметом співробітництва Вашої організації зі сторонніми підприємствами, а також для зберігання історії цін на ці товари і послуги.

#### 3.1. Завдання

Створіть у номенклаторі такі розділи товарів: "Поліграфія", "Сувеніри", "Прапори", "Послуги".

У відповідних розділах створіть номенклатурні позиції:

у розділі "Поліграфія" – виготовлення листівок формату А4 (ОВ – упаковка на 1000 шт.); виготовлення листівок формату А5 (ОВ – упаковка на 500 шт.); виготовлення плакатів (ОВ – шт.);

у розділі "Сувеніри" – ручки кулькові (ОВ – упаковка на 10 шт., запальнички (ОВ – шт.);

у розділі "Прапори" - прапор 20×40 (ОВ – шт.), прапор 210×480 (ОВ – шт.);

у розділі "Послуги" – роздача листівок (ОВ – упаковка на 500 шт.), складання рекламного слогану (ОВ – шт.).

### 3.2. Порядок виконання.

Відкрийте розділ **Словарі** → **Номенклатор товарів і послуг**.

У панелі каталогу створіть потрібні розділи (рис. 19);

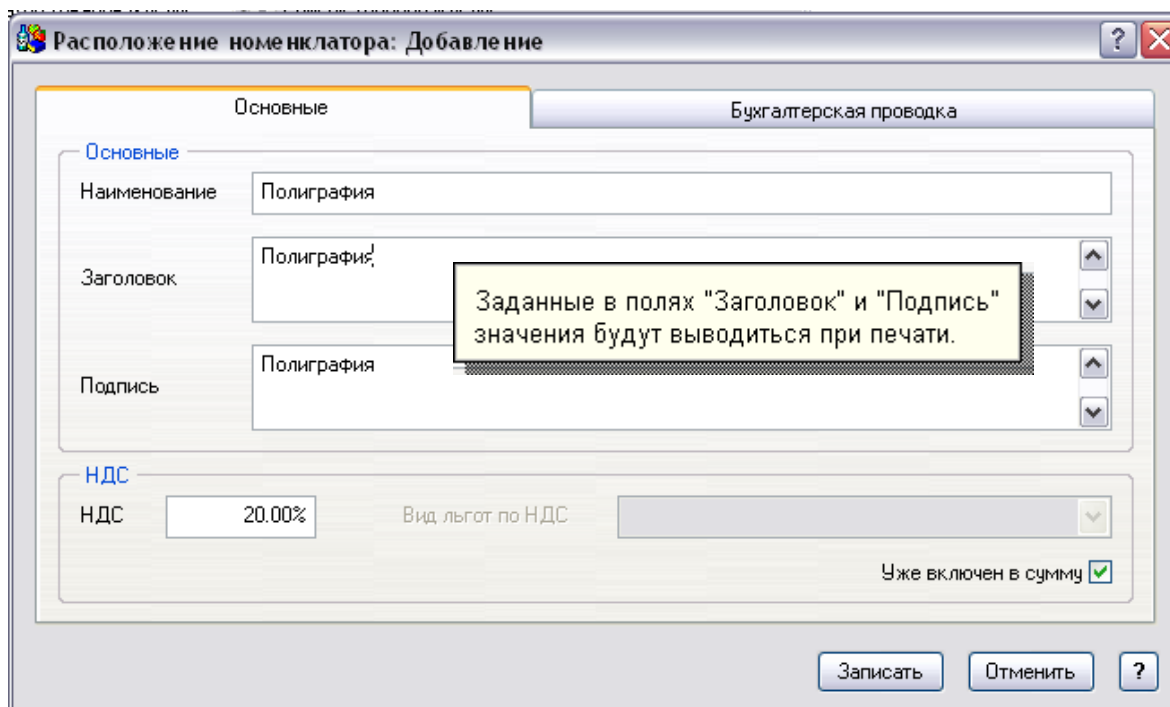


Рис.19. Додавання розділу в "Номенклатор"

Активізуйте клацанням мишки потрібний розділ в дереві каталогу. У правій верхній панелі вікна **Список товарів і послуг** виберіть з контекстного меню команду **Додати**.

На екрані з'явиться форма **Номенклатурна позиція: Додавання**. Заповніть поля цієї форми.



У вкладці **Основні** (рис. 20) заповнити поля:

у полі **Тип номенклатурної позиції** виберіть із списку потрібний тип (товар, послуга, тара та ін.);

у полі **Код ТМЦ** – введіть коротке найменування номенклатурної позиції;

у полі **Найменування** – введіть повне найменування номенклатурної позиції;

у полі **Одиниця виміру** виберіть одиницю виміру з відповідного

словника натисненням кнопки  (кнопка  викликає список останніх десяти понять, які використовувалися в цьому полі). Виберіть потрібну одиницю виміру (рис. 21). Якщо потрібної одиниці виміру немає в словнику, створіть її тут же.



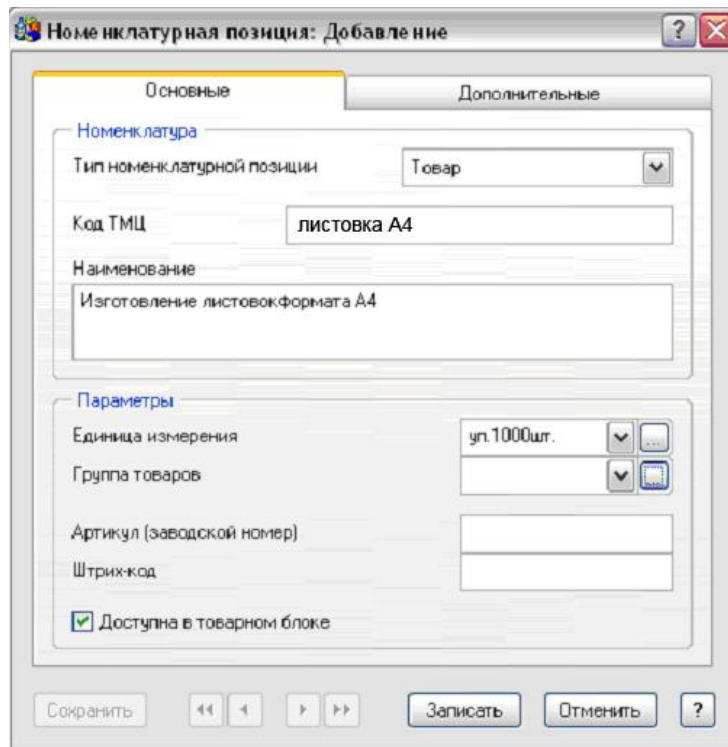


Рис. 20. Основне вікно додавання номенклатурній позиції

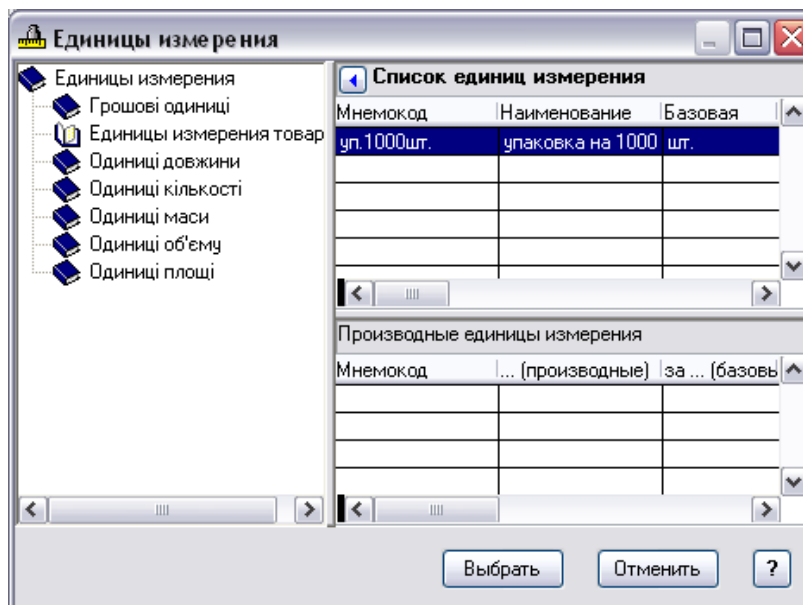


Рис. 21. Вибір ОВ із словника

прапорець в полі **Доступна в товарному блоці** встановлюється для того, щоб номенклатурні одиниці були доступні в товарному блоці. Дана можливість використовується для фільтрації ТМЦ при виписці товарних документів.

У вкладці **Додаткові** (рис. 22):

встановіть прапорець в полі **Вже включений в суму**, якщо ПДВ включається у вартість товару;

у полі **ПДВ** вкажіть ставку податку на додану вартість (за умовчанням 20%);

у полях **в т.ч. акциз** і **в т.ч. дорожній збір**, якщо в ціну товару входять суми акцизу і дорожнього збору, вкажіть це, поставивши у відповідні поля прапорці і вказавши суму;

у полі **Примітки** внесіть додаткову інформацію про товар.

Після закінчення роботи з формою натисніть клавішу **Записати**.

The image shows a software window titled "Номенклатурная позиция: Исправление" (Nomenclature position: Correction). The window has two tabs: "Основные" (Main) and "Дополнительные" (Additional), with the latter being active. Under the "Налоги" (Taxes) section, there are several fields and checkboxes:

- A checked checkbox "Уже включен в сумму" (Already included in the sum) next to the label "НДС" (VAT) and a text box containing "20.00%".
- A dropdown menu labeled "Вид льгот по НДС" (Type of VAT relief).
- Two rows of checkboxes and text boxes: "в т.ч. акциз" (including excise) and "в т.ч. дорожный сбор" (including road fee), both with checked checkboxes and empty text boxes.
- A large empty text area labeled "Примечание" (Remarks).

At the bottom of the window, there is a control panel with buttons: "Сохранить" (Save), navigation arrows, "Записать" (Record), "Отменить" (Cancel), and a help icon.

Рис. 22. Вікно додавання номенклатурної позиції "Додаткові"

У нижній панелі в закладці **Історія зміни цін** (рис. 23) з'явиться дата надходження товару (за умовчанням буде виставлена поточна дата).

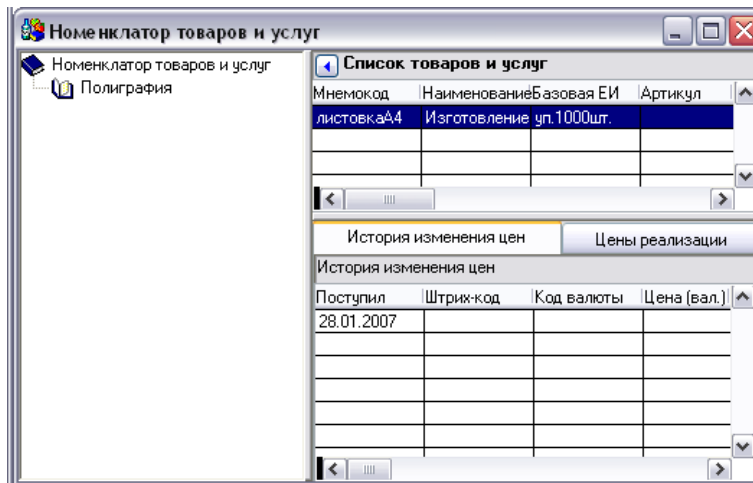


Рис. 23. Історія зміни ціи

### 3.3. Завдання.

Уведіть ціни реалізації на наступні номенклатурні позиції:

виготовлення листівки А4 – ціна реалізації складає 22 коп. (в т.ч. ПДВ) за одиницю;

запальничка – ціна реалізації складає 56 грн. (в т.ч. ПДВ) за одиницю.

### 3.4. Порядок виконання.

У розділі **Словарі – Номенклатор товарів і послуг** натисненням миші активізуйте потрібний розділ у каталозі. При цьому в панелі **Список товарів і послуг** відобразиться список товарів, що відносяться до цього розділу, клацніть мишкою на потрібній позиції номенклатури.

Увійдіть в нижній панелі вікна у вкладку **Ціни реалізації**. Викличте натисненням правої кнопки миші контекстне меню, з якого виберіть команду **Додати**. На екрані з'явиться форма **Ціна реалізації: Додавання**. Якщо для номенклатурної одиниці був вказаний **Тип номенклатурної позиції – Товар**, то ця форма матиме наступний вигляд (рис. 24):

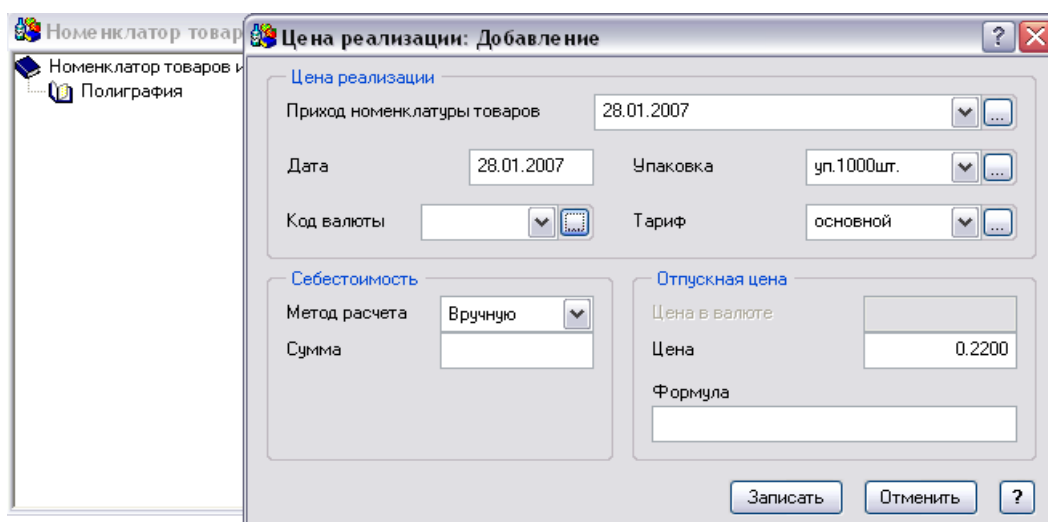



Рис. 24. Вікно "Ціна реалізації"

Заповніть поля форми.

### 1. **Ціна реалізації:**

у полі **Прихід номенклатури товарів** виберіть потрібну позицію номенклатури (у верхній панелі) і потрібну позицію в історії зміни цін (у нижній панелі) натисненням кнопки  з відповідного словника (рис. 25):

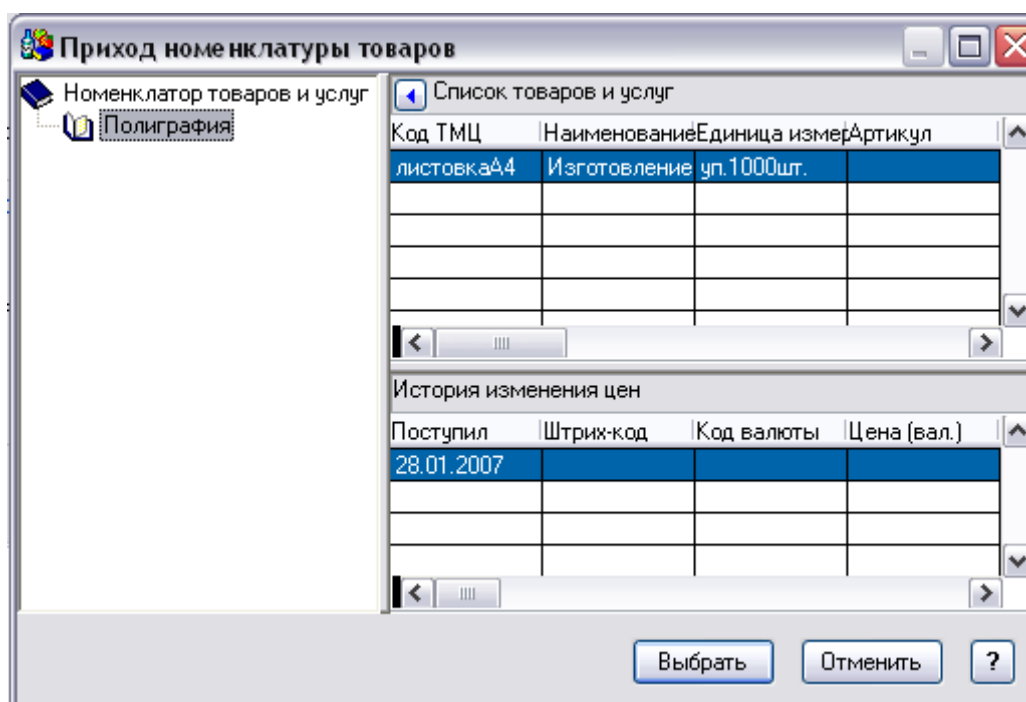



Рис. 25. Вибір приходу номенклатури товарів із словника

у полі **Дата** указується дата реєстрації ціни реалізації;

у полі **Код валюти** натисненням кнопки  відкривається вікно словника **Довідник валют**, виберіть потрібну валюту (у верхній панелі) і відповідний курс (у нижній панелі). Якщо валюта базова (українська гривня), то в нижній панелі буде відображений курс, який був створений Системою автоматично і рівний 1:1. При цьому в полі **Код валюти** нічого не відобразиться;

у полі **Упаковка** указується вид упаковки, яку Ви встановили для даної номенклатурної позиції;

у полі **Тариф** указується вид використовуваного для даної номенклатурної позиції тарифу, заповнюється вибором з відповідного словника. Оскільки словник тарифів не був заповнений, то у вікні, що з'явилося, потрібно додати тариф **Базовий** (рис. 26):

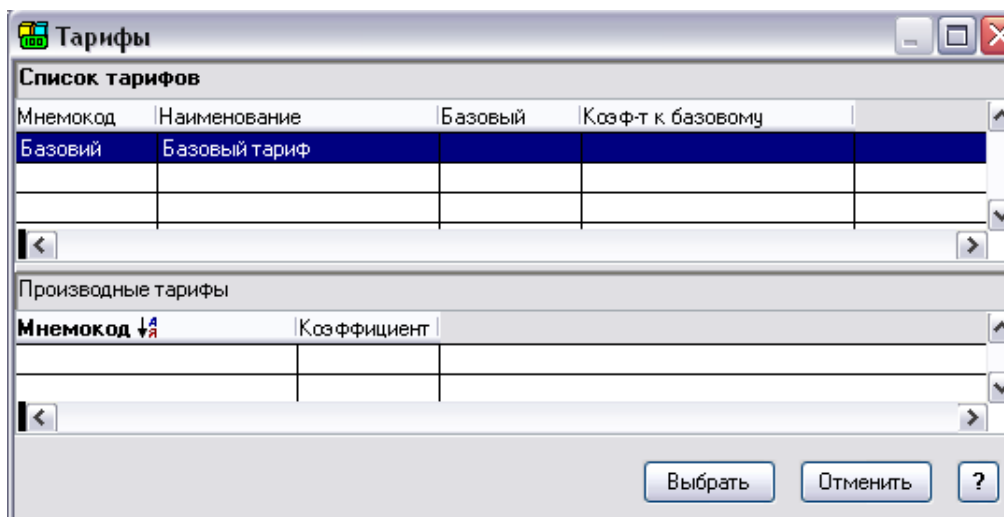


Рис. 26. Вікно словника тарифів

## 2. Собівартість:

у полі **Метод розрахунку** виберіть із списку метод – **вручну** і **автоматично**;

у полі **Сума** вкажіть суму собівартості при необхідності.

## 3. Відпускна ціна:

у полі **Ціна у валюті** стає доступною, якщо введений код валюти;

у полі **Ціна** вводиться ціна в національній валюті;

у полі **Формула** вводиться формула для розрахунку відпускної ціни. Якщо відпускна ціна фіксована, то поле не заповнюється.

Натисніть кнопку **Записати**. На екрані відобразиться вікно **Номенклатор товарів і послуг** (рис. 27), в нижній частині якого будуть відображені введені параметри ціни реалізації.

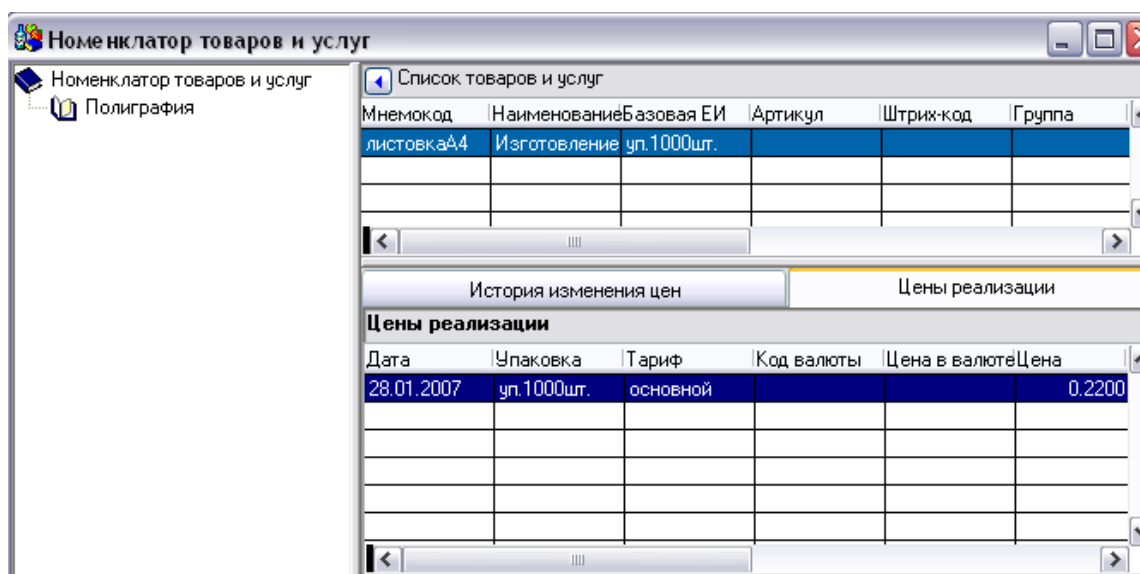


Рис. 27. Вікно "Номенклатор товарів і послуг" після заповнення ціни реалізації

#### 4. Створення словника "Співробітники".

Словник "Співробітники" призначений для зберігання, відображення і використання інформації про співробітників Вашої організації.

##### 4.1. Завдання.

Створіть в словнику співробітників такі розділи: **Адміністрація, Відділ маркетингу, Обслуговування замовлень**.

У розділі "Адміністрація" створіть підрозділи "Дирекція", "Секретарі" і "Диспетчери".

У підрозділі "Дирекція" зареєструйте генерального директора.

У підрозділі "Секретарі" зареєструйте одного секретаря.

У підрозділі "Диспетчери" зареєструйте співробітників – двох диспетчерів.

У розділі "Відділ маркетингу" створіть підрозділ "Менеджери".

У "Відділі маркетингу" зареєструйте керівника відділу.

У підрозділі "Менеджери" зареєструйте трьох менеджерів.

У розділі "Обслуговування замовлень" створіть підрозділи "Відділ поліграфії" і "Відділ сувенірів".

У підрозділі "Відділ поліграфії" зареєструйте співробітників: двох менеджерів, одного оператора, одного друкаря.

У підрозділі "Відділ сувенірів" зареєструйте одного менеджера.

П. І. Б співробітників вибрати самостійно. Для директора використувати П. І. Б студента.

##### 4.2. Порядок виконання.

Перш ніж приступити до реєстрації в базі персон (співробітників, контактних осіб, потенційних працівників), вам необхідно в розділі **Журнал обліку робочого часу** створити каталог структурних підрозділів підприємства (рис. 28) відповідно до завдання. Відкрийте пункт головного меню **Журнал обліку робочого часу**. Створіть структуру каталогу подібну до зображеної на рис. 28. Закрийте розділ.

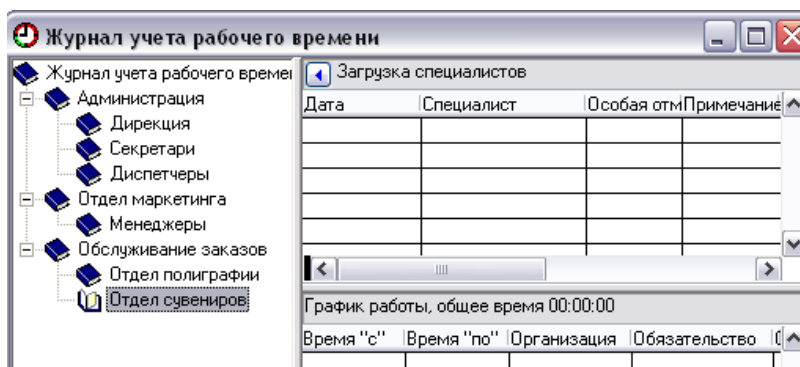


Рис. 28. Каталог структурних підрозділів підприємства в "Журналі обліку робочого часу"

Відкрийте розділ **Словники** → **Персони** → **Співробітники**. Створіть в панелі каталогів потрібні розділи, відповідно до завдання (рис.29). При додаванні розділу потрібно заповнити форму (рис.30). Категорію підрозділу вибрати з довідника категорій (рис. 31): для адміністрації і відділу маркетингу – **АУП**, для обслуговування замовлень – **виробництво**.

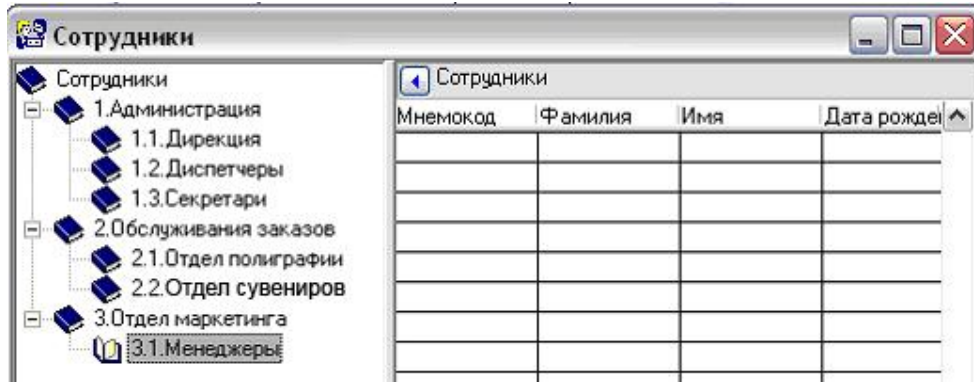


Рис. 29. Каталог розділів в словнику "Співробітники"

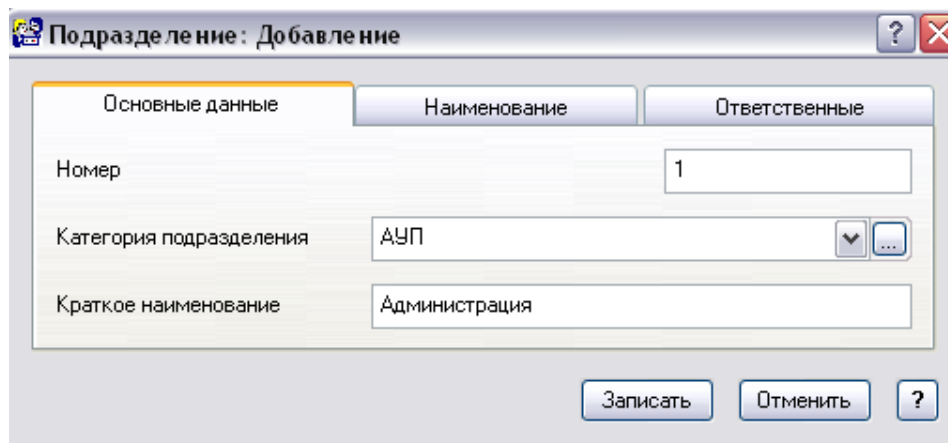


Рис. 30. Форма для Додавання підрозділу

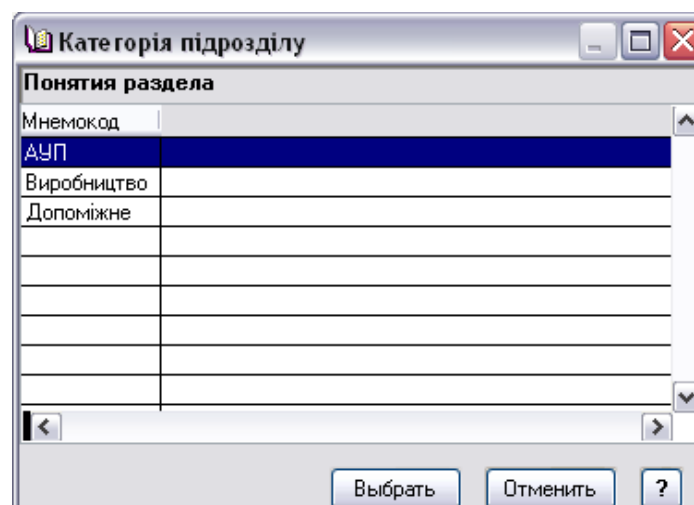


Рис. 31. Словник категорій підрозділів

Поверніться в розділ **Словники** → **Персони** → **Співробітники**. Клацанням миші активізуйте потрібний розділ в каталозі. У панелі **Співробітники** виберіть з контекстного меню команду **Додати**.

Заповніть форму **Співробітник: Додавання**, що з'явилася (додаткові дані про співробітника можете заповнити за власним розсудом).

1. Вкладка **Основні дані** (рис. 32):

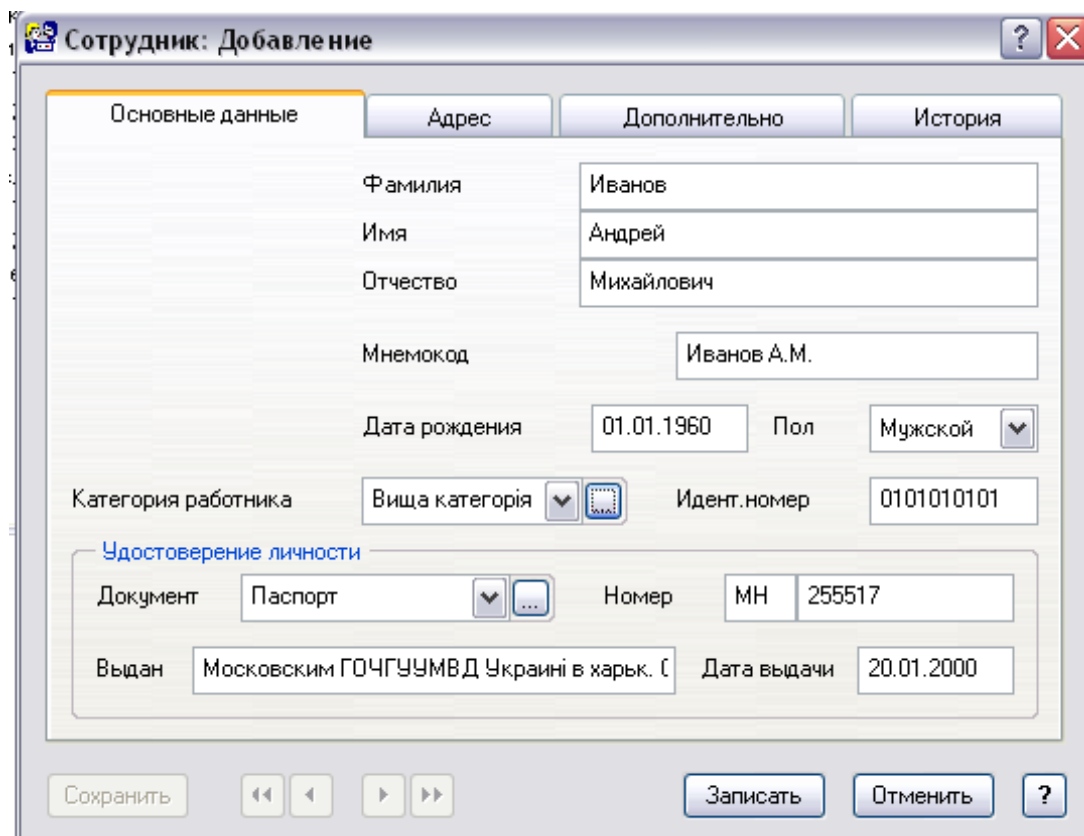



Рис. 32. Вкладка словника співробітників "Основні дані"

у полі **Прізвище, Ім'я, По батькові** – внесіть П. І. Б співробітника;  
у полі **Мнемокод** – коротке ім'я співробітника (система за умовчанням запропонує у вигляді мнемокоду використовувати внесені прізвище і першу букву імені співробітника);

у поля **Дата народження, Стать, Ідентифікаційний код** – внесіть до цих полів відповідну інформацію;

у полі **Категорія** вноситься категорія (посада) співробітника (директор, менеджер, диспетчер, начальник відділу і так далі). Натисненням кнопки  відкривається вікно словника **Загальні поняття**, виберіть потрібну категорію співробітника і натисніть кнопку **Вибрати** (рис. 33). Якщо потрібного поняття немає, створіть його тут же, вибравши з контекстного меню команду **Додати**.



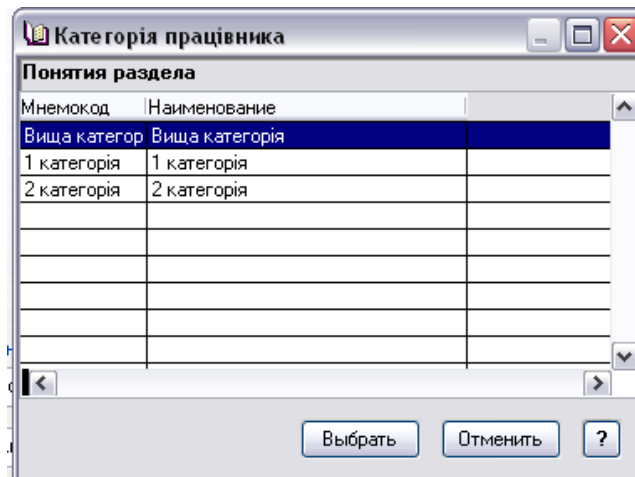



Рис. 33. Словник категорій працівників

**Посвідчення особи:**

у полі **Документ** вноситься вид документа, який підтверджує особу співробітника. Натисненням кнопки  відкривається вікно словника **Загальні поняття**, виберіть потрібний вид документа і натисніть кнопку **Вибрати** (рис. 34).

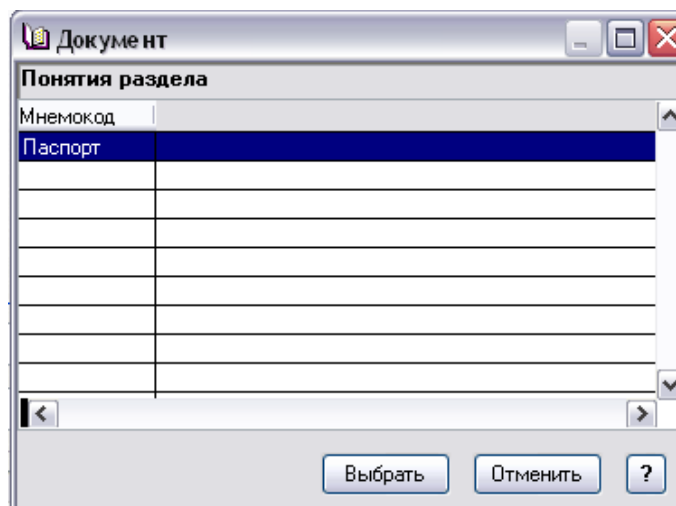


Рис. 34. Словник "Загальні поняття – Документ"

у полях **номер, виданий, дата видачі** – заповніть реквізити документа.

2. Вкладка **Адреса** (рис. 35):

Рис. 35. Вкладка "Адреса" словника співробітників

у поля **Поштова адреса, Електронний зв'язок** – внесіть поштову адресу, телефони і E-mail співробітника.

5. Створення словників "Контактні особи" і "Потенційні робітники".

Словники "Контактні особи" і що "Потенційні робітники" призначені для зберігання, відображення і використання інформації про контактних осіб компанії (гості, клієнти, партнери і так далі) і кандидатів на роботу в компанії.

5.1. Завдання.

Створіть на свій розсуд в дереві каталогу розділи для відвідувачів і потенційних робітників і зареєструйте в них декілька чоловік.

5.2. Порядок виконання.

Відкрийте розділ **Словник** → **Персони** → **Потенційні робітники**. Виконаєте завдання, аналогічно попередньому.

### **Зміст звіту з виконаної роботи**

1. Цілі роботи.
2. Створення словника, вид якого задається викладачем.
  - 2.1. Опис словника.
  - 2.2. Порядок створення словника.
  - 2.3. Екранні форми з результатами.
3. Висновки.

## Контрольні запитання

1. Що є словником в системі ПАРУС?
2. Яке призначення має кожен із словників системи, що створювалися в роботі?
3. З якими додатковими словниками Ви ще працювали при виконанні роботи?
4. Який порядок створення словника "Найменування і курси валют"?
5. Який порядок створення словника "Одиниці виміру"?
6. Який порядок створення словника "Номенклатор товарів і послуг"?
7. Який порядок створення словника "Співробітники"?
8. Які команди в системі ПАРУС передбачені для роботи із словниками?

## Лабораторна робота №3

### Робота з "Журналом обліку робочого часу"

#### *Цілі лабораторної роботи:*

ознайомлення з призначенням і структурою розділу "Журнал обліку робочого часу";

освоєння навичок роботи з розділом "Журнал обліку робочого часу";

заповнення інформацією розділу "Журнал обліку робочого часу";

формування запитів на відбір інформації з розділу "Журнал обліку робочого часу".

#### Методичні рекомендації до виконання

Розділ Системи "Журнал обліку робочого часу" призначений:

для ведення графіка робочого часу співробітників, що дає можливість раціонально використовувати робочий час;

для відстеження кількості відпрацьованого часу в офісі або на виїзді в клієнта;

для відстеження характеру виконаних співробітником робіт;

для планування загрузки співробітників.

Якщо в компанії встановлена **Електронна система контролю допуску** (вхід і вихід співробітників в компанії здійснюється по електронних пропусках через спеціальний пропускний пристрій), то заповнення розділу **Журнал обліку робочого часу** відбувається автоматично. Співробітник вручну вносить лише дані про зміст проведених ним робіт.

## 1. Занесення інформації в БД.

### 1.1. Завдання.

Занесіть в базу даних таку інформацію. Назви організацій, (фірм, клієнтів), прізвища співробітників, дату, час і т.п. вибрати самостійно:

1. Менеджер відділу поліграфії <П. І. Б> прийшов в офіс <Дата приходу> в <Час приходу>, в <Час відходу> він виїхав до клієнта <Назва фірми клієнта> відвезти замовлення на продукцію, повернувся в офіс в <Час приходу> і пішов додому в <Час відходу>.

У нашому прикладі: менеджер – Горшков С. С., клієнт – фірма "Ромікс", дата приходу в офіс – 15.02.2007, час перебування – з 9.00 до 10.25, час поїздки до клієнта – 10.25 – 14.15, час перебування в офісі – з 14.15 до 18.10.

2. Оператор відділу поліграфії <П. І. Б> прийшла в офіс в <Час приходу> і пішла в <Час відходу>.

У нашому прикладі: оператор відділу поліграфії – Бахарева А. П., дата приходу – 15.02.07, час приходу – 8.30, час відходу – 17.30.

3. Директор <П. І. Б> у відрядженні в <Місто> у фірмі <Назва організації>, що виробляє <Назва поліграфічної продукції>, з <Дата початку відрядження> до <Дата закінчення відрядження>, робочий день з <Час початку робочого дня> год. до <Час закінчення робочого дня> год.

У нашому прикладі: директор – Іванов Ф. П., місто – Париж, організація – фірма Shato, що виробляє гофрокартон, тривалість відрядження з 10.02.07 до 12.02.07, робочий день – з 9.00 год. до 18.00 год.

### 1.2. Порядок виконання.

Відкрийте розділ **Журнал обліку робочого часу**. У панелі каталогів повинні бути потрібні розділи (див. попередні завдання рис. 28, лабораторна робота 2).

У вікні **Журнал обліку робочого часу** у верхній панелі **Завантаження фахівців** виберіть з контекстного меню команду **Додати**. У формі, що з'явилася, **Графіки: Додавання** заповніть поля (рис. 36):

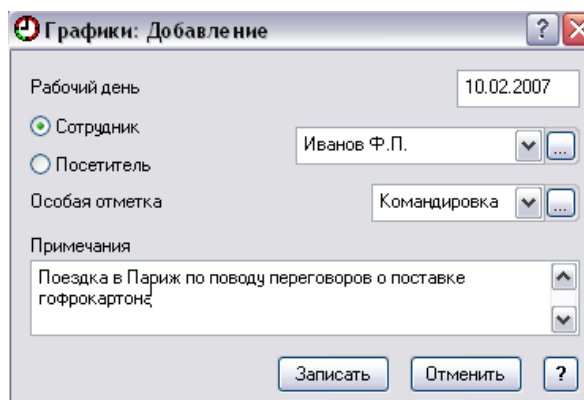




Рис. 36. Форма для додавання запису в "Журнал обліку робочого часу"

**Робочий день** – дата початку робіт (робочого дня, відрядження);

**Співробітник (Відвідувач)** – поставте потрібний перемикач і на-

тисненням кнопки  виберіть із словника потрібного співробітника або відвідувача;

**Особлива позначка** – особлива відмітка при необхідності вибирається з відповідного розділу словника "Особливі позначки поняття" натисненням

кнопки . У якості особливої позначки може використовуватися будь-яке поняття, за яким згодом можна буде відбирати потрібні записи. Характер особливих позначок користувач задає самостійно залежно від специфіки діяльності підприємства і потреб користувача. Наприклад, для **співробітників** можуть бути заведені такі позначки, як **відпустка, відрядження**, і користувач, при необхідності, зможе відібрати список співробітників, які в даний момент перебувають у відрядженні або відпустці. Для **відвідувачів** можуть бути заведені такі відмітки: **на навчання, на консультацію, переговори** і т. д. Підрозділ словника можна доповнювати без виходу з активного вікна.

**Примітки** – вносьте потрібні примітки на свій розсуд (наприклад, мета відрядження).

Натисніть кнопку **Записати**.

Для створення декількох аналогічних записів в панелях скористайтесь командою контекстного меню **Розмножити**. Система відкриє форму з полями, заповненими аналогічно поточному запису в цій панелі, зробіть, якщо потрібно, коректування даних (дата, примітки, зміст робіт та ін.) і натисніть клавішу **Записати**.

**Важливо!** Якщо співробітник перебуває у відрядженні, для того щоб система правильно прорахувала кількість відпрацьованого часу, йому необхідно на кожен день відрядження зробити відповідний запис в панелі **Завантаження фахівців** і відповідний запис в панелі **Графік роботи, загальний час** із вказівкою змісту робіт на кожен день відрядження.

Дані про кількість і характеристику відпрацьованого часу вносяться в нижню панель **Графік роботи, загальний час**. Всі дані, які вносяться в цій панелі відноситимуться до активного рядка верхньої панелі **Завантаження фахівців**, тобто до конкретного співробітника компанії. У нижній панелі виберіть з контекстного меню команду **Додати**. У формі, що з'явилася, заповніть поля (рис. 37):

Рис. 37. Форма "Контакт: Добавления"

**в полях З, ДО** – проставте час початку і кінця певної ділянки роботи (в межах дати робочого дня, вказаного у верхній панелі);

**Офис (Клієнт)** – використовується для реєстрації місця роботи співробітника в офісі або у клієнта. Встановіть потрібний перемикач. Якщо співробітник проводив роботи на виїзді у клієнта, партнера і т.д., стає активним поле для внесення найменування клієнта. Натисненням кнопки



викликається вікно **Організації** з розділу **Клієнти і потенційні клієнти** (розділ, в якому зберігаються дані про всіх контрагентів (потенційні клієнти, клієнти, партнери, конкуренти і т.д.)).

У вікні **Організації** в панелі каталогу створіть розділ **Клієнти по поліграфії**. У панелі **Організації** виберіть з контекстного меню команду **Додати**. З'явиться форма **Додавання**. У цій формі заповніть наступні поля:

**Мнемокод організації** – внесіть коротку назву організації;

**Повне найменування** – внесіть повне найменування організації.

Інші поля форми заповніть, коли працюватимете безпосередньо з цим розділом в наступних завданнях.

Натисніть кнопку **Записати**. Після цього відбувається повернення у форму **Контакт: Додавання** для заповнення наступних полів:

**У рамках зобов'язання** – найменування зобов'язання, у рамках якого проводилися роботи. Воно доступно, коли для конкретної організації вибрані типи зобов'язань в розділі **Клієнти і потенційні клієнти**. (Докладніше це буде розказано в лабораторній роботі **робота з "Клієнтами і потенційними клієнтами"**);

**Особлива відмітка** – в даному випадку відмітка відноситься не до робочого дня, а до конкретної роботи, проведеної протягом робочого дня;  
**Зміст робіт** – вноситься інформація про зміст проведених робіт;  
**Реєстрація в хроніці робочого місця** – перемикач ставиться для того, щоб контакт дублювався в хроніці робочого місця в розділі **Клієнти і потенційні клієнти**.

Натисніть клавішу **Записати**.

2. Робота з інформацією.

2.1. Завдання 1.

Визначити чим займався <Дата> співробітник <П. І. Б.> (у якому відділі він працює, Ви не знаєте). Прізвище співробітника і дату вибрати самостійно з тих, які були внесені в базу в попередньому завданні (див. п. 1 лабораторної роботи 3).

У нашому прикладі: співробітник – Іванов Ф. П., дата – 12.02.07.

2.2. Порядок виконання

**Важливо!** Якщо при відкритті розділів немає занесених раніше записів, виберіть з контекстного меню команду **Відібрати**. Відкриється вікно з параметрами відбору записів для даного розділу. За умовчанням система пропонує огляд на поточну дату. Очистіть поля з датами відбору і натисніть клавішу **Встановити**. Система відкриє всі створені Вами записи в цьому розділі.

2.2.1. Перший спосіб.

У лівій панелі, де знаходиться дерево каталогів, встановіть курсор на корені каталогу **Розділи**, правою кнопкою мишки викличте контекстне меню. Виберіть команду **Від поточної все**. При цьому в панелі **Завантаження фахівців** відобразяться всі дані про всіх фахівців (рис.38).

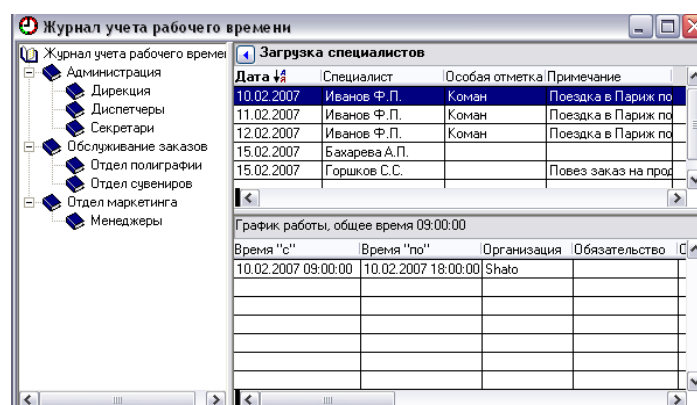


Рис. 38. Результаты відбору всіх даних про загрузку фахівців

У панелі **Завантаження фахівців** клацніть правою кнопкою миші і викличте контекстне меню, виберіть команду **Відібрати**. Відкриється форма **Графіки: Умови відбору**. У цій формі встановіть параметри відбору згідно з завданням (рис.39):

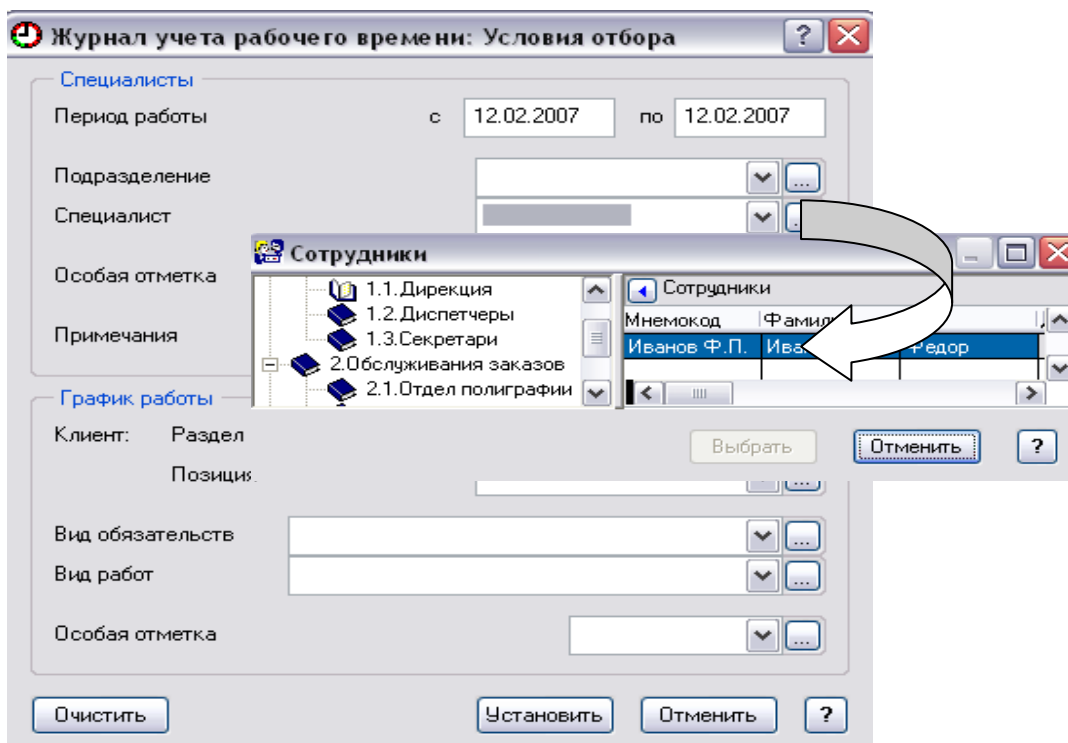



Рис. 39. Встановлення параметрів відбору загрузки фахівця

у поле **Період роботи** встановіть потрібну дату (з 12.02.07 до 12.02.07);

у полі **Фахівець** введіть вручну мнемокод фахівця (лише якщо ви його точно пам'ятаєте!), якщо ви сумніваєтеся, натисненням кнопки  відкрийте словник **Співробітники**, знайдіть потрібного співробітника і натисніть кнопку **Вибрати**. У полі відобразиться мнемокод потрібного співробітника.

**Важливо!** Перевірте щоб решта полів форми була вільна.

Натисніть клавішу **Встановити**. Система видасть всі дані, які підходять заданим параметрам.

Якщо потрібно визначити в якому підрозділі працює співробітник, натисніть комбінацію клавіш **SHIFT + Backspace**. При цьому в лівій панелі каталогу курсор відзначить підрозділ, до якого відноситься даний співробітник.

### 2.2.2. Другий спосіб.

При роботі з дуже великою базою даних подібне завдання краще виконати таким чином:

Активізуйте подвійним клацанням будь-якого з розділів в дереві каталогів.

У панелі **Завантаження фахівців** виберіть з контекстного меню команду **Відібрати**, відкриється вікно відбору. Задайте потрібні параметри (згідно з завданням) і натисніть клавішу **Встановити**. Система видасть дані з активного розділу каталогу, які задовольняють установленим параметрам (якщо такі є). Якщо потрібні дані не знайдені, вам потрібно пошу-



кати ці дані у решті підрозділів каталогу. Подвійним клацанням миші клацніть на корені каталогу **Розділи**, який знаходиться в лівій панелі вікна. При цьому всі підрозділи каталогу згорнуться. Натисніть комбінацію клавіш **CTRL + ENTER**. У панелі **Завантаження фахівців** система видасть шукану інформацію.

Визначити з якого підрозділу співробітник можна також натиснувши комбінацію клавіш **SHIFT + Backspace** (при цьому курсор повинен бути встановлений на потрібному записі в панелі **Завантаження фахівців**).

### 2.3. Завдання 2.

Визначити, чи був хтось із співробітників <Дата> у фірмі <Назва фірми>. Визначити, хто саме із співробітників був, і з якою метою. Дату і назву фірми вибрати самостійною з раніше занесених в базу даних.

У нашому прикладі дата – 15.02.07., фірма – Ромікс.

### 2.4. Порядок виконання.

#### 2.4.1.Перший спосіб.


Перед виконанням завдання потрібно очистити всі раніше введені умови відбору.

У лівій панелі, де знаходиться дерево каталогів встановіть курсор на корені каталогу **Розділи**, правою кнопкою миші викличте контекстне меню. Виберіть команду **Від поточної всі**. При цьому в панелі **Завантаження фахівців** відобразяться всі дані про всіх фахівців.

У панелі **Завантаження фахівців** клацніть правою кнопкою миші і викличте контекстне меню, виберіть команду **Відібрати**. Відкриється форма **Графіки: Умови відбору**. У цій формі встановите параметри відбору згідно з завданням:

у полі **Графіки за період** встановіть потрібну дату;

у полі **Клієнт, Позиція** введіть вручну мнемокод потрібної організації

(якщо Ви його точно пам'ятаєте!), або натисненням кнопки  відкрийте словник **Організації**, знайдіть потрібну організацію і натисніть кнопку **Вибрати**. У полі відобразиться мнемокод шуканої організації.

**Важливо!** Перевірте щоб решта полів форми була вільна.

Натисніть клавішу **Встановити**. Система видасть всі дані, які підходять заданим параметрам відбору (рис. 40). У панелі **Завантаження фахівців** відобразиться інформація про те, хто з фахівців відвідував цього дня цю організацію. У нижній панелі **Графік роботи: Загальний час** Ви побачите дані про те, скільки фахівець був у клієнта і з якою метою він туди їздив.

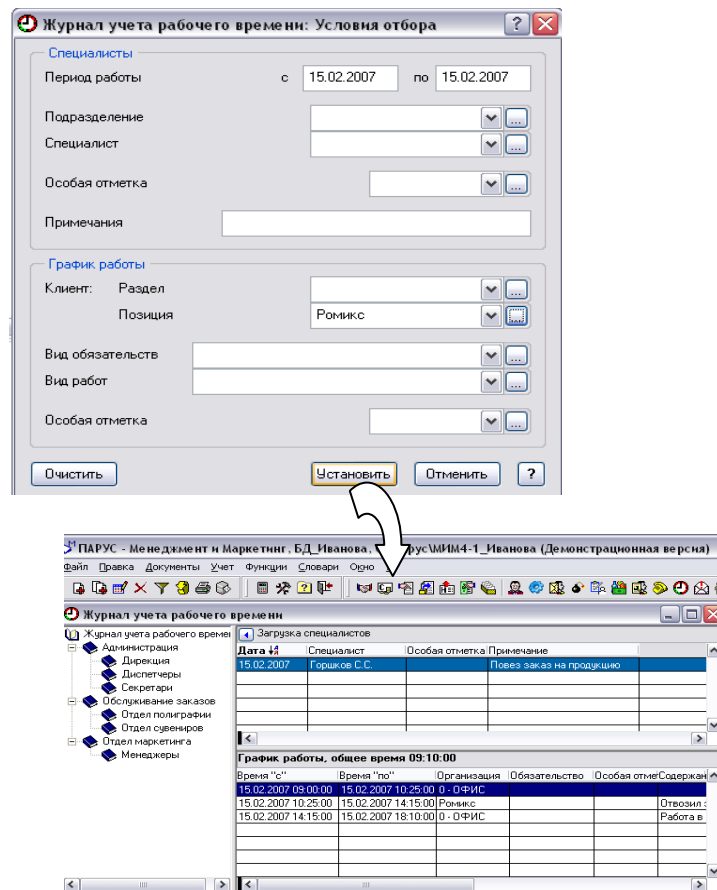


Рис. 40. Результати відбору фахівців, що перебувають в певній організації на певну дату

#### 2.4.2. Другий спосіб.

При роботі з дуже великою базою даних подібне завдання краще виконати таким чином:

активізуйте подвійним клацанням будь-якого з розділів в дереві каталогів, наприклад;

у панелі **Завантаження фахівців** виберіть з контекстного меню команду **Відібрати**, відкриється вікно відбору. Задайте потрібні параметри (згідно завданню) і натисніть кнопку **Встановити** (рис. 41). Система видасть дані з активного розділу каталогу, які задовольняють встановленим параметрам (якщо такі є).

Якщо потрібні дані не знайдені, потрібно пошукати ці дані у всій решті підрозділів каталогу:

подвійним натисненням миші клацніть на корені каталогу **Розділи**, який знаходиться в лівій панелі вікна. При цьому всі підрозділи каталогу згорнуться;

натисніть комбінацію клавіш **CTRL + ENTER**. У панелі **Завантаження фахівців** система видасть шукану інформацію.

Визначити з якого підрозділу співробітник можна також, натиснувши комбінацію клавіш **SHIFT + Backspace**.

### **Зміст звіту з виконаної роботи**

1. Цілі роботи.
2. Занесення інформації в "Журнал обліку робочого часу".
  - 2.1. Індивідуальні значення параметрів, що заносяться в БД.
  - 2.2. Екранні форми з внесеною інформацією.
3. Формування запитів на відбір інформації з "Журналу обліку робочого часу".
  - 3.1. Індивідуальні значення параметрів для формування запиту 1 на відбір інформації.
  - 3.2. Екранні форми відібраної інформації за запитом 1.
  - 3.3. Індивідуальні значення параметрів для формування запиту 2 на відбір інформації.
  - 3.4. Екранні форми з відібраної інформації за запитом 2.
4. Висновки.

### **Контрольні запитання**

1. Для чого призначений "Журнал обліку робочого часу"?
2. Який порядок заповнення "Журналу обліку робочого часу"?
3. Які словники використовуються при заповненні "Журналу обліку робочого часу"?
4. Яким чином формується запит на відбір інформації з "Журналу обліку робочого часу"?
5. Як сформувати запит на відбір інформації з "Журналу обліку робочого часу" при роботі з великою БД ?
6. Що потрібно зробити, якщо при відкритті розділів немає занесених раніше записів?

### **Лабораторна робота №4**

#### **Робота з "Клієнтами і потенційними клієнтами"**

##### ***Цілі лабораторної роботи:***

- ознайомлення з призначенням і структурою розділу "Клієнти і потенційні клієнти";
- освоєння навичок роботи з розділом "Клієнти і потенційні клієнти";
- заповнення інформацією розділу "Клієнти і потенційні клієнти";
- формування і перегляд контактів з організацією;
- формування і виведення на друк звіту в організаціях.

##### **Методичні рекомендації до виконання**

- Розділ "Клієнти і потенційні клієнти" призначений для роботи із записами, що містять інформацію:
- про організації, з якими працює фірма;
  - про товари і послуги, які надаються цим організаціям фірмою.

У розділі "Клієнти і потенційні клієнти" накопичується інформація, яка була зареєстрована через інші розділи Системи ("Журнал звернень", "Журнал обліку робочого часу", "Маркетингові акції", "Маркетинг і Збут"). Але якщо в окремих розділах Системи видно окремі ділянки інформації в певному розрізі (у розрізі роботи конкретного співробітника, в розрізі звернень, що поступили, в розрізі проведення маркетингових заходів на ін.), то в розділі "Клієнти і потенційні клієнти" можна проглянути зібрану зі всіх цих розділів інформацію в розрізі певного контрагента.

1. Занесення інформації.

1.1. Завдання 1.

1.1.1. Створіть в дереві каталогу **Клієнти і Потенційні клієнти** такі підрозділи контрагентів:

Клієнти по поліграфії.

Телефонування.

Переговори.

Клієнти по сувенірах.

Партнери.

Автоматично створені.

1.1.2. Створіть у розділі **Клієнти по поліграфії** організацію "СП з виробництва будматеріалів". Назву задайте самі. Ваша фірма виготовляє для неї листівки формату А5:

розробка макету листівки А5 в період з <Дата початку періоду> до <Дата кінця періоду>, відповідальний – менеджер відділу поліграфії <П. І. Б.> (П. І. Б. менеджера, який був вибраний Вами в минулому завданні для відвезення замовлення на продукцію). У нашому прикладі: дата початку періоду – 05.02.07, дата кінця періоду – 12.02.07, менеджер відділу поліграфії – Горшков С. С.;

друк листівок А5 в період з <Дата початку періоду > до <Дата кінця періоду>, відповідальний – <П. І. Б. друкаря>. У нашому прикладі: дата початку періоду – 13.03.07, дата кінця періоду – 16.03.07, П. І. Б. друкаря – Федоров М. А.

1.2. Порядок виконання.

Відкрийте розділ **Облік** → **Клієнти і Потенційні клієнти**.

У вікні панелі каталогу створіть розділи: "Автоматично створені", "Клієнти по поліграфії", "Клієнти по сувенірах", "Телефонування", "Партнери", "Переговори" (рис. 41).

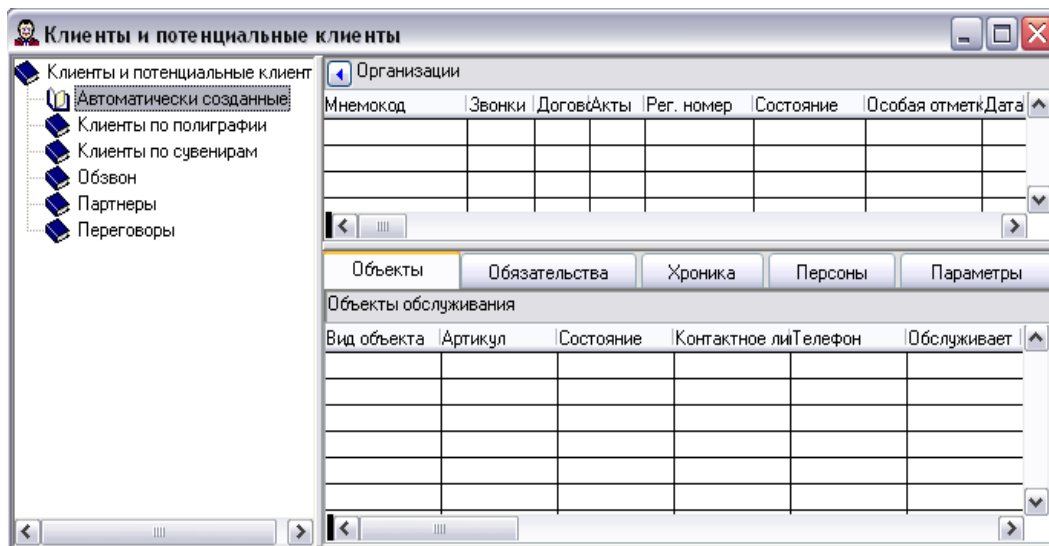


Рис. 41. Вікно розділу "Клієнти і Потенційні клієнти"

Активізуйте розділ **Клієнти по поліграфії**.

У панелі **Організації** виберіть з контекстного меню команду **Додати**. З'явиться форма **Додавання** (рис. 42). У цій формі заповніть наступні поля:

Рис. 42. Форма для додавання організації

1. Вкладка **Загальні**:

**Мнемокод організації, Повне найменування** – введіть коротку і повну назву організації;

**Регістраційний номер** – вноситься номер організації в Системі, який задає сам користувач на свій розсуд;

**Код, телефон і факс, Інші телефони** – вносяться відповідні координати (введіть їх на свій вибір);

**Стан** – користувач на свій розсуд може привласнити даній організації вид стану. Для даного завдання доцільно було б завести такі види станів організацій: **Телефонування** (контакти з організацією ще не налагоджені, йде з'ясування контактної інформації), **Переговори** (первинні контакти налагоджені, йдуть переговори про співпрацю, рішення про покупку, можливість зробити замовлення і т.д.), **Разовий клієнт** (організація, яка тільки раз робила замовлення у нашій компанії, щось одного разу купила та ін.), **Клієнт** (організація, яка є нашим постійним клієнтом). Якщо потрібних понять немає, створіть їх тут же, вибравши з контекстного меню команду **Додати**. Внесіть необхідні дані в поля і натисніть кнопку **Записати**. Заведіть відразу всі вище перелічені поняття, не виходячи з вікна словника. Виберіть потрібне поняття (в даному випадку **Разовий клієнт**), і натисніть кнопку **Вибрати** (рис. 43):

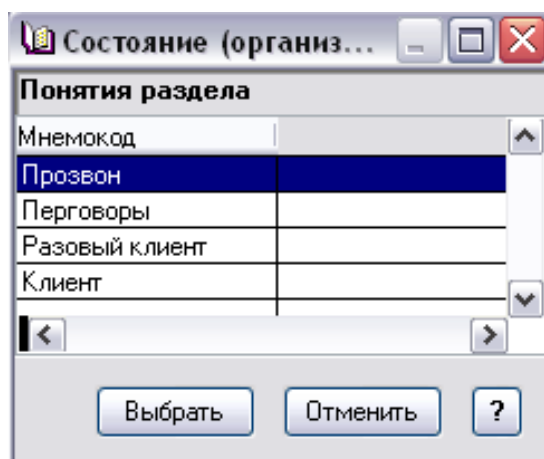



Рис. 43. Вікно словника "Стан (організація)"

**Особлива відмітка** – користувач може створити свій список **Особливих відміток**, який зумовлюється специфікою діяльності або звичок користувача. Це поле дає користувачу можливість завдання додаткової ознаки для структуризації інформації. Поле заповнюється так само, як поле **Стан**;

**Типи організацій** – натисненням кнопки  відкривається вікно словника **Типи організацій** з інформацією про типи організацій (якщо такі вже заведені). Заповніть його таким же чином, як поле **Стан** і **Особлива відмітка**.

2. Вкладка **Координати** (заповніть поля цієї вкладки на свій розсуд):

**Регіон, Індекс, Місто, Адреса** – координати організації;

**InterNet, E-mail** – назва Web-сайту, електронна адреса;

**Маршрут** – інформація про те, як добиратися до організації (вид міського транспорту, внутрішній номер телефону і т.д.).

### 3. Вкладка *Інші*:

**Дата останнього контакту, Зв'язатися не пізніше** – проставте дату останнього контакту (за умовчанням система проставляє дату останньої хроніки) і дату, коли потрібно наступного разу зв'язатися з даною організацією;

**Невідпрацьовані звернення, Неоплачені рахунки, Незакриті акти** – кнопки перегляду активні лише в разі наявності даних понять для поточної організації;

**Договори на оплату** – кнопка **Договори** забезпечує відкриття вікна **Договірні документи** – активна коли існують документи, з яких виходить, що оплата проїдена; кнопка **Рахунки** забезпечує відкриття вікна **Витікаючі рахунки на оплату** – активна, коли є рахунки, покупцем з якими виступає організація з даним мнемокодом;

**Незакриті активи** – кнопка перегляду активна лише у разі наявності даних понять для поточної організації;

**Контактна особа** – співробітник організації, з ким можна буде зв'язатися у разі виникнення якихось питань;

**Контрагент** – мнемокод контрагента заповнюється із словника "Організації і МВО".

**Примітки** – вносяться примітки.

Натисніть кнопку **Записати**.

Після того, як організація буде записана, виберіть з контекстного меню команду **Виправити**. Стануть доступні вкладки **Персони, Параметри**.

### 4. Вкладка *Персони*:

поля **Прізвище, Ім'я, По батькові, Посада, Телефон** – тут зберігається список і коротка характеристика співробітників організації, які можуть знадобитися користувачам Системи.

### 5. Вкладка *Параметри*:

поля **Найменування, Тип, Значення Примітки** – тут зберігаються додаткові параметри організації.

Внести дані про об'єкт співпраці з організацією (в даному випадку об'єктом співпраці є **Виготовлення листівки А5**). Для цього встановіть курсор на тільки що створену організацію у верхній панелі **Організації**.

### 1. Вкладка *Об'єкти*:

У нижній панелі у вкладці **Об'єкти** клацніть правою кнопкою миші для виклику контекстного меню і виберіть команду Додати. **Відкриється** форма **Об'єкт: Додавання**. Заповніть поля вкладки **Основні** цієї форми (рис. 44):

The screenshot shows a software window with two tabs: 'Основные' (Active) and 'Дополнительные' (Additional). The 'Основные' tab contains the following fields:

- Сведения об объекте:**
  - Вид: Изготовление листовки А5 (dropdown menu)
  - Артикул: (empty text field)
- Контактные лица:**
  - Основное: Иванов Ю. (dropdown menu)
  - Прочие: Иванов Юрий Михайлович (text field)
  - Телефоны: (empty text field)
- Информация по обслуживанию:**
  - Состояние: Разовый клиент (dropdown menu)
  - Обслуживает: Горшков С.С. (dropdown menu)
  - Дата последнего контакта: 15.02.2007 (text field)

At the bottom of the form are three buttons: 'Записать' (Save), 'Отменить' (Cancel), and a help icon '?'.

Рис. 44. Форма "Об'єкт: Додавання". Вкладка "Основні"

**Відомості про об'єкт:**

**Вид** – мнемокод товару (послуги), який є об'єктом співпраці;

**Артикул** – артикул товару (послуги);

**Контактні особи:**

**Основне, Інші, Телефони** – дані контактної особи, з якою можна зв'язатися з питань, пов'язаних з даним об'єктом співпраці;

**Інформація по обслуговуванню:**

**Стан** – стан даного напрямку співпраці. Користувач на свій розсуд вирішує, який стан привласнити даному напрямку: **Телефонування, Переговори, Разовий клієнт, Клієнт** тощо;

**Обслуговує** – співробітник нашої компанії, який обслуговує даного клієнта. Натисненням кнопки викличте словник **Співробітники**, з якого необхідно вибрати потрібного співробітника і натиснути кнопку **Вибрати**;

**Дата останнього контакту** – встановлюється дата останнього контакту з організацією, пов'язаною з даним робочим місцем (об'єктом співпраці).

**Натисніть** кнопку **Записати**.

**Важливо!** *Інформація по обслуговуванню* дає можливість групувати організації на категорії не тільки в загальному виді, але і в розрізі кожного напрямку співпраці з даною організацією. Наприклад, в даному випадку ми зможемо відстежити, які організації активно співпрацюють з нами по виготовленні рекламної поліграфії, а які з виготовлення сувенірної продукції. При необхідності зможемо зробити вибірку організацій, які тільки раз замовляли у нас продукцію, а які зовсім не працюють з нами за якимось напрямком і дати цю інформацію в роботу менеджерам для з'ясування ситуації і налагодження контактів. Подібні дії допоможуть компанії чіткіше організувати збутову політику компанії.



## 2. вкладка **Зобов'язання**

Під **Зобов'язаннями** в системі розуміються етапи або напрями роботи на конкретному робочому місці (об'єкті). Тобто, якщо **об'єктом** в нашому випадку є "Виготовлення листівки А5", то **зобов'язаннями** за цим об'єктом будуть: "Макетування" і "Друк". Зобов'язання зумовлюється специфікою об'єкту і загальною діяльністю компанії.

У нижній панелі вікна **Організації** перейдіть на вкладку **Зобов'язання**. Виберіть з контекстного меню команду **Додати**. З'явиться форма **Зобов'язання: Додавання**. Заповніть поля цієї форми (рис. 45):

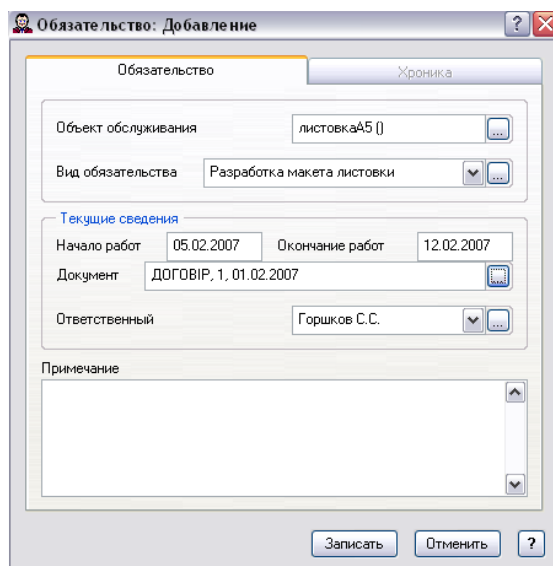

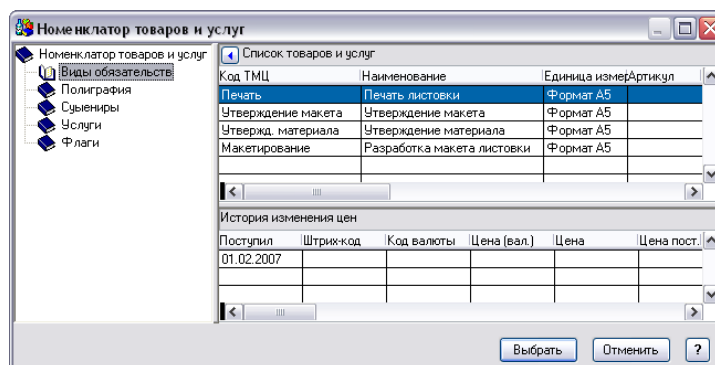


Рис. 45. Вікно форми "Зобов'язання: Додавання"

**Об'єкт обслуговування** – виберіть зі списку об'єкт, до якого відноситимуться зобов'язання;

**Вид зобов'язання** – натисніть кнопку , відкриється вікно словника **Номенклатор товарів і послуг** (рис. 46):



Код ТМЦ	Наименование	Единица измер	Артикул
	Печать листовки	Формат А5	
	Утверждение макета	Формат А5	
	Утверждение материала	Формат А5	
	Разработка макета листовки	Формат А5	

Поступил	Штрих-код	Код валюты	Цена (вал.)	Цена	Цена пост.
01.02.2007					

Рис. 46. Вікно "Номенклатор товарів і послуг" з видами зобов'язань

заведіть в панелі каталогу розділ **Види зобов'язань**. Активізуйте його подвійним клацанням миші;

у панелі **Список товарів і послуг** заведіть потрібний вид зобов'язання (можна, не виходячи із активного вікна, створити відразу декілька видів зобов'язань). Зобов'язаннями в даному випадку будуть "Макетування" і "Друк". Ви можете назвати ці зобов'язання на свій розсуд;

встановіть курсор на потрібний вид зобов'язання і натисніть клавішу **Вибрати**;

**Початок робіт, Закінчення робіт** – дати початку і закінчення робіт за даним зобов'язанням (введіть дати згідно з завданням);

**Документ** – документ, на підставі якого проводяться роботи;

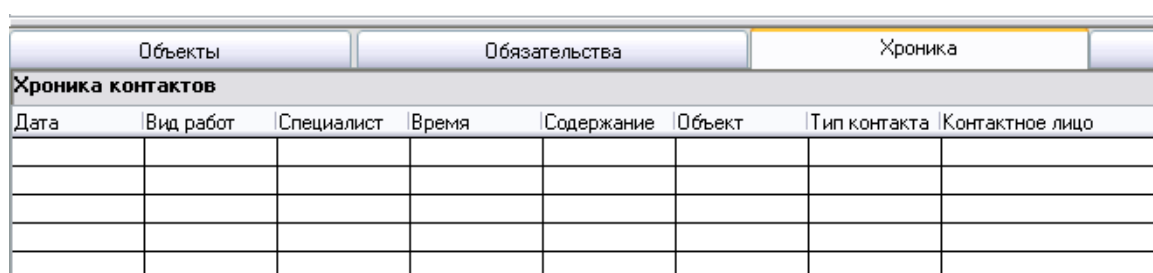
**Відповідальний** – із словника вибирається співробітник, який відповідальний за даний вид зобов'язань (у нашому випадку таким співробітником виступає менеджер відділу поліграфії Горшков С. С.).

### 3. вкладка **Хроніка**

Вкладка "Хроніка" у формі зобов'язань складається з хронік контактів, які торкалися безпосередньо даного виду зобов'язань. Як правило, ця інформація генерується з інших розділів системи.

У нижній панелі вікна "Клієнти і потенційні клієнти" (рис. 41) так само є вкладка **Хроніка**, в ній зібрані хроніки за всіма робочими об'єктами співпраці і всіх зобов'язаннях у загальну таблицю. Ця інформація також генерується з інших розділів Системи: "Журнал звернень", "Журнал обліку робочого часу", "Маркетинг і Збут".

Хроніка по контрагенту є таблиця, в якій зібрані всі контакти, пов'язані з конкретною організацією, із вказівкою хто, коли, яким чином, де і з якого приводу контактував. Це може бути відвідування клієнтом офісу, відвідування співробітником офісу клієнта, телефонний дзвінок від клієнта, телефонний дзвінок клієнту з офісу та ін. (рис. 47).



Объекты		Обязательства			Хроника		
Хроника контактов							
Дата	Вид работ	Специалист	Время	Содержание	Объект	Тип контакта	Контактное лицо

Рис. 47. Таблиця "Хроніка контактів"

**Важливо!** Проглянути хроніку по контрагенту можна:

у таблиці "Хроніка контактів" головного вікна розділу "Клієнти і потенційні клієнти";

у розділі "Маркетинг і Збут", встановивши в параметрах відбору прапорць "Показувати всю хроніку в організації".

### 1.3. Завдання 2.

Створіть організацію, що займається роздрібною торгівлею, яка замовила у Вас комплексний дизайн свого офісу. Назва організації, її реквізити виберіть самі. Обслуговує цю компанію менеджер відділу дизайну Вашої фірми. Дані про цей відділ, його співробітників і виконувані послуги введіть в Систему.

Виконайте завдання аналогічно попередньому.

## 2. Робота з інформацією.

### 2.1. Завдання.

При виконанні завдання 1.2 був зареєстрований контакт менеджера відділу поліграфії з фірмою. Прогляньте наявність цієї хроніки.

У нашому прикладі це контакт менеджера відділу поліграфії Горшкова С. з фірмою "Ромікс".

### 2.2. Порядок виконання.

Відкрийте розділ **Облік** → **Клієнти і потенційні клієнти**. Активізуйте розділ каталогу **Клієнти по поліграфії**.

У вікні **Організації** виберіть потрібну організацію.

У нижній панелі виберете вкладку **Хроніка**, в ній буде відображений створений контакт (рис. 48).

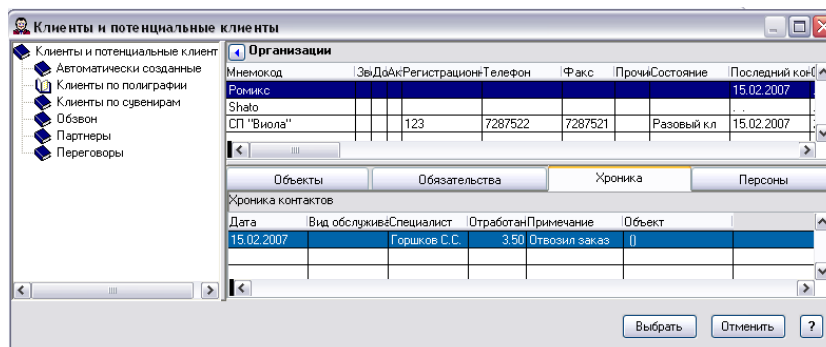


Рис. 48. Перегляд хроніки контактів

**Важливо!** Причинами відсутності контакту в хроніці можуть бути:

у параметрах відбору **Дата з...до**, встановлена дата, яка не включає дату здійснення контакту. Вам потрібно з контекстного меню вибрати команду **Відібрати** і очистити поля з датами;

при виконанні завдання 1.2. не був проставлений прапорець **Рєєстрація в хроніці робочого місця** у формі **Контакт: Додавання**. Відкрийте розділ **Облік** → **Журнал обліку робочого часу**. Знайдіть потрібного фахівця і зробіть виправлення.


### 2.3. Завдання 4.

Виведіть на друк звіт в усіх організаціях, які зберігаються в розділі **Клієнти і потенційні клієнти**.

## 2.4. Порядок виконання.

У розділі **Клієнти і потенційні клієнти** в панелі каталогу клацніть правою кнопкою миші в корні каталогу, з контекстного меню виберіть команду **Від поточної всі**. У панелі **Організації** відобразяться всі записи розділу.

Виберіть в панелі **Організації** з контекстного меню команду **Друк звіту**.

У вікні **Список організацій**, що з'явилось, в полі **Шаблон звіту** натисненням кнопки  викличе вікно **Список шаблонів розділу**. Виберіть з контекстного меню команду **Додати** (рис. 49).

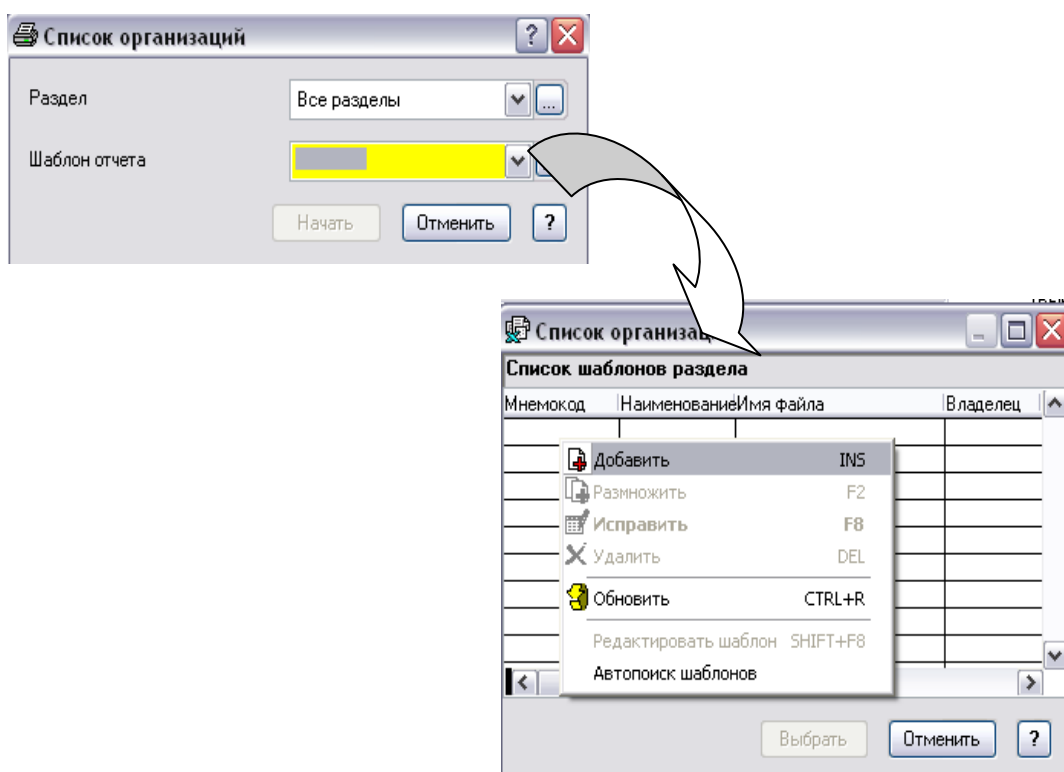


Рис. 49. Додавання шаблону звіту для друку

У вікні **Шаблон для друку: Додавання**, що з'явилось, необхідно вибрати зі стандартного набору шаблонів звітів (каталог *wVned\Template*), шаблони, які необхідні для роботи з цим розділом. Для цього у вікні **Список шаблонів розділу** виберіть з контекстного меню команду **Додати**. Відкриється форма **Шаблон звіту: Додавання**. Заповніть поля цієї форми (рис. 50):

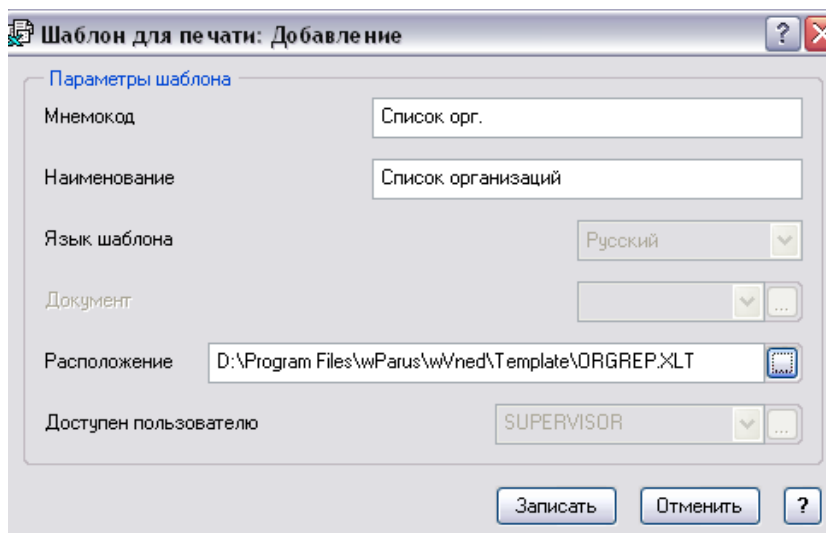


Рис. 50. Форма "Шаблон для друку: Додавання"

**Мнемокод** – коротка назва шаблону звіту;

**Найменування** – повна назва шаблону звіту;

**Мова шаблону** – система автоматично вкаже, якою мовою створений шаблон;

**Розташування** – виберіть потрібний шаблон документа у вікні **Відкрити**. За умовчанням система відкриє каталог, в якому Система зберігає всі шаблони звітів на російській мові. Виберіть в полі каталогу потрібний шаблон організації (рис. 51). Наприклад, **ORG\_GR.XLT** або **ORGREP.XLT**. Якщо потрібно вибрати шаблон звіту українською мовою то у вікні звіту потрібно вибрати папку **UA** (каталог **wVned\TemplateUA**), а в ній необхідний шаблон звіту.

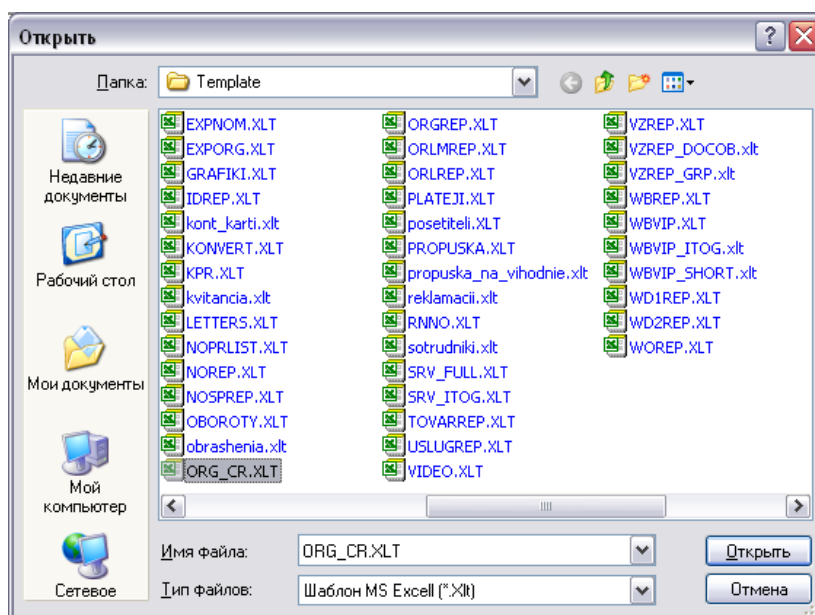


Рис. 51. Вікно з шаблонами звітів

Натисніть кнопку **Відкрити**.

У формі **Шаблон для друку: Додавання** натисніть кнопку **Записати** (рис. 50).

У вікні **Список шаблонів розділу** натисніть кнопку **Вибрати** (рис. 49).

У формі **Список організацій** натисніть кнопку **Почати** (рис.52).

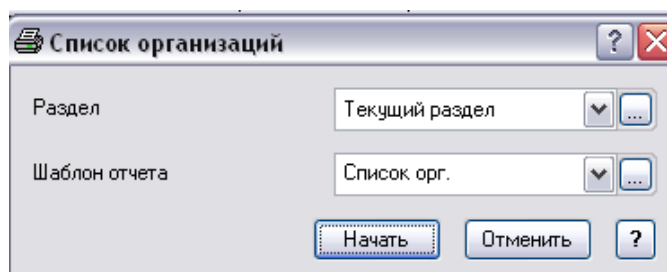


Рис. 52. Вікно "Список організацій" для друку звіту  
Система відкриє таблицю **MS Excel** з сформованим звітом (рис.53).

№ п/п	Организация	Телефон	Контактное лицо	Примечания
1	Ромикс			
Вид работ	Объект	Время	Специалист	Содержание
		3,5	Горшков С.С.	Отвозит заказ
Итого				
2	Shato			
Вид работ	Объект	Время	Специалист	Содержание
		9	Изанов Ф.П.	Переговоры по поводу поставки горючего
		9	Изанов Ф.П.	Переговоры
		9	Изанов Ф.П.	Переговоры
Итого				
3	СП "Виола"	(80527) 7287522, 7287521	Федоров Максим Александрович	Изготовление листовок А5

Рис. 53. Сформований звіт в MS Excel

**Важливо!** Шаблиони документів зберігаються в спеціальному каталозі **wVned\Template**, який розташовується усередині робочого каталогу Системи. У комплект постачання Системи входить набір шаблонів найбільш поширених звітів. Для того, щоб Система могла використовувати шаблон, він повинен бути зареєстрований в словнику "Шаблиони документів". Створити свій новий шаблон можна на підставі будь-якого з шаблонів Microsoft Excel.

### **Зміст звіту з виконаної роботи**

1. Цілі роботи.
2. Занесення інформації в розділ "Клієнти і потенційні клієнти".
  - 2.1. Індивідуальні значення параметрів, що заносяться в БД клієнтів за завданням 1.
  - 2.2. Екранні форми з внесеною інформацією за завданням 1.
  - 2.3. Індивідуальні значення параметрів, що заносяться в БД клієнтів за завданням 2.
  - 2.4. Екранні форми з внесеною інформацією за завданням 2.

3. Формування хроніки контактів з організацією.
- 3.1. Індивідуальні значення параметрів для формування хроніки контактів.
- 3.2. Екранна форма з хронікою контактів.
4. Формування звітів в організаціях (Роздруківки).
5. Висновки.

### **Контрольні запитання**

1. Для чого призначений розділ "Клієнти і потенційні клієнти"?
2. Яким чином накопичується інформація в розділі "Клієнти і потенційні клієнти"?
3. Який порядок заповнення розділу "Клієнти і потенційні клієнти"?
4. Які словники використовуються при заповненні розділу "Клієнти і потенційні клієнти"?
5. У яких цілях можна використовувати *інформацію щодо обслуговування* організації?
6. Що розуміють під *зобов'язанням* в системі "ПАРУС"? Поясніть на прикладі.
7. Яким чином формується *хроніка контактів*? Як її можна проглянути?
8. Перерахуйте причини відсутності контактів у хроніці. Як виправити ці причини?
9. Який порядок формування звіту в організаціях?
10. Де розташовані шаблони звітів для друку?
11. Яким чином можна сформувати новий шаблон для друку?

## **Лабораторна робота №5**

### **Робота з розділом "Маркетинг і збут"**

#### ***Цілі лабораторної роботи:***

ознайомлення з призначенням і структурою розділу "Маркетинг і збут";  
освоєння навичок роботи з розділом "Маркетинг і збут";  
заповнення інформацією розділу "Маркетинг і збут";  
формування розсилання для організацій.

#### **Методичні рекомендації до виконання**

Розділ "Маркетинг і збут" призначений для організації роботи з потенційними клієнтами, а саме:

- фіксації попередніх контактів;
- здійснення адресних розсилок.

Звичайно з цим розділом працюють телефоністи (диспетчери), які працюють з первинною базою даних підприємств і організацій. Мета телефоніста: з'ясувати правильну контактну інформацію (адреса, телефон, адреса електронної пошти, ім'я і посада потенційного замовника (клієнта,

партнера, конкурента та ін.)), а також налагодити первинний контакт і викликати інтерес (залежно від поставлених цілей). Якщо в компаніях немає спеціальних співробітників для налагодження первинних контактів з потенційними клієнтами по телефону, то заповненням цього розділу займаються безпосередньо менеджери з продажу і обслуговування.

На рис. 54 представлена загальна схема просування товару або послуги.

Етап 1.

Співробітник компанії дзвонить у фірму-потенційного клієнта і знайомить її зі спектром послуг, які надає компанія. Він ще не знає, що може зацікавити цю фірму, і чи зацікавить її взагалі. Співробітники фірми-потенційного клієнта покищо не впевнені – чи потрібні їм послуги нашої компанії. Але все ж таки, співробітник нашої фірми дізнається контактну інформацію про фірму-потенційного клієнта (точне найменування організації, адреса, телефон, контактні особи, які ухвалюють рішення щодо пропонування нашою фірмою послуг) і створює організацію в БД з розділу **Маркетинг і збут**. Ця організація автоматично з'являється в розділі **Клієнти і потенційні клієнти** в підрозділі **Автоматично створені організації** (відповідно до зроблених користувачем настройок). Поки користувач Системи не знає, до якого підрозділу віднести дану організацію.

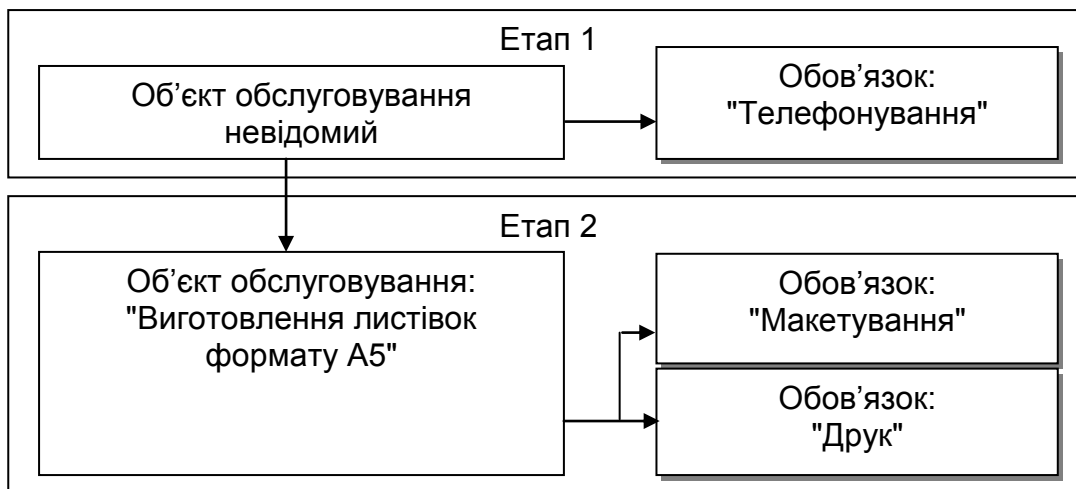


Рис. 54. Схема просування товару (послуги)

Етап 2.

Співробітнику нашої фірми стає відомо, що фірму-потенційного клієнта зацікавила така послуга, як друк листівок формату А5. Співробітник переносить організацію з підрозділу **Автоматично створені** в підрозділ **Клієнти по поліграфії**, а також заводить у вкладці **Об'єкти** об'єкт співпраці: "Виготовлення листівок формату А5", який він вибирає із словника "Номенклатор товарів і послуг".

Крім самого друку фірма-потенційний клієнт вирішила скористатися послугами наших дизайнерів для створення макету листівки. Користувач



заводить у вкладці **Зобов'язання** таке зобов'язання – "Макетування". Після завершення макетування макет здається в друк, і в базі заводиться зобов'язання "Друк".

Залежно від організаційної структури нашої компанії одного клієнта може обслуговувати як один менеджер – від етапу телефонування, до передачі готової продукції клієнту, так і декілька співробітників: телефонування – співробітник-телефоніст; макетування – дизайнер; друк – співробітник відділу друку.

1. Введення інформації.

1.1. Завдання 1.

У дереві каталогу **Маркетинг і збут** створіть такі розділи: "Телефонування", "Переговори", "Клієнти по поліграфії", "Клієнти по сувенірах", "Партнери", "Конкуренти".

У розділі "Телефонування" створіть організацію, з якою ведуться переговори. З нашої сторони переговори веде диспетчер; відповідальний за замовлення сувенірних кулькових ручок – менеджер відділу сувенірів. З боку клієнта переговори веде менеджер з маркетингу.

Зареєструйте такі контакти:

<Дата> – менеджер з маркетингу <П. І. Б.> фірми-клієнта <Назва фірми> у відрядженні, буде через день (потрібно передзвонити <Дата>);

<Дата> – диспетчер нашої фірми <П. І. Б.> відіслав прайс факсом, з фірми-клієнта передзвонять;

<Дата> – клієнт зацікавився сувенірними кульковими ручками, призначили зустріч на <Дата> о <час> в офісі клієнта. Відповідальний за замовлення сувенірних кулькових ручок – менеджер відділу сувенірів нашої фірми <П. І. Б.>.

У прикладі, що розглядається нижче:

клієнт-фірма, з якою ведуться переговори – ТОВ "Міраж", з боку клієнта переговори ведуться з менеджером з маркетингу Івлевим Артемом Максимовичем, який з 05.02.07 до 7.02.07 перебував у відрядженні. 07.02.07 потрібно передзвонити у фірму;


з нашої сторони – переговори веде диспетчер Бровко Ірина Олександрівна, яка 07.02.07 відіслала прайс факсом;

09.02.07 зі сторони фірми "Міраж" був дзвінок з приводу сувенірних кулькових ручок і призначена зустріч на 10.02.07 о 13.00 в офісі клієнта. Відповідальний за замовлення сувенірних кулькових ручок менеджер відділу сувенірів Костров Павло Миколайович.

При виконанні лабораторної роботи назви фірми-клієнта, відповідальних осіб, дати і час вибрати самостійно.

1.2. Порядок виконання завдання 1.

Відкрийте розділ **Файл→Настройка Системи**. Відкриється вікно **Настройка системи**.

Відкрийте в лівій панелі розділ **Каталоги** (рис. 55). У панелі **Персональні каталоги користувача** виберіть розділ **Клієнти і потенційні клієнти**. У нижній частині вікна потрібно заповнити поле **Клієнти і потенційні клієнти** натиснувши кнопку . З'явиться вікно **Клієнти і потенційні клієнти**, виберіть в ньому розділ **Автоматично створені**. У цей розділ автоматично вноситимуться всі організації, які створюватимуться в розділі **Маркетинг і збут**. Надалі користувач зможе перенести автоматично створену організацію в потрібний підрозділ дерева каталогу.

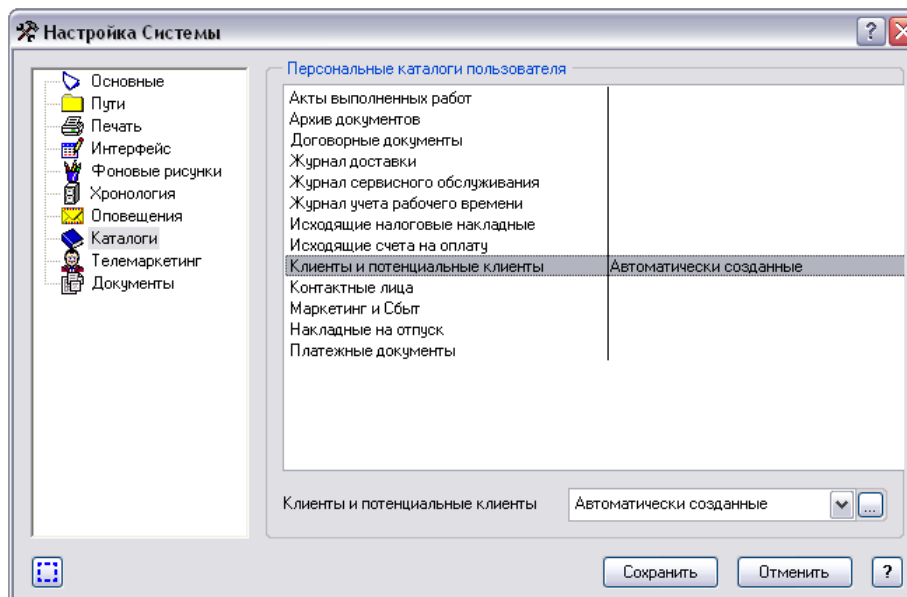


Рис. 55. Вікно "Настройка системи"

Відкрийте в лівій панелі розділ **Телемаркетинг**. Для поля **Стан для організацій** виберіть із списку стан організацій, який за умовчанням проставлятиметься в полі **Стан** при доповненні нових організацій в розділі **Клієнти і потенційні клієнти** (рис. 56).

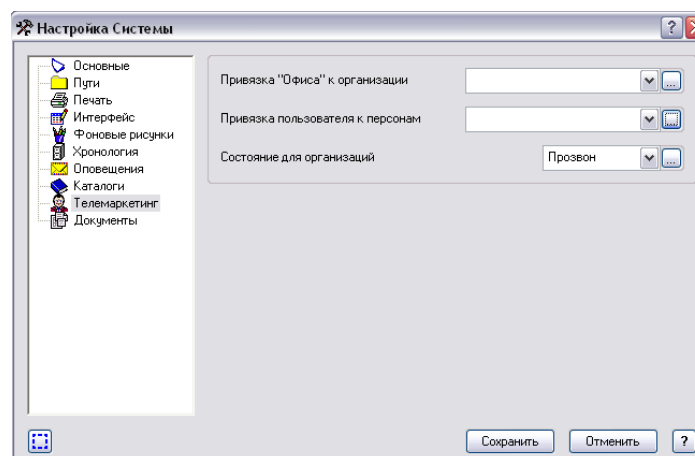


Рис. 56. Вибір стану для організації

Натисніть кнопку **Зберегти**.

Відкрийте розділ **Облік**→**Маркетинг і Збут**. Створіть в панелі каталогу потрібні розділи (див. завдання 1).

Активізуйте розділ каталогу "Телефонування". У панелі **Контактні карти** виберіть з контекстного меню команду **Додати**. З'явиться форма **Контактна карта: Додавання**.

Заповніть поля форми.

1. Вкладка **Основні** (рис. 57):

**Мнемокод** – коротке найменування організації, якщо така організація ще не зареєстрована – стане активною кнопка **Створити**;

The image shows a software window titled "Контактная карта: Добавление" with three tabs: "Основные", "Дополнительные", and "Хроника". The "Основные" tab is active and contains several sections:

- Быстрое создание организаций:** Includes a text field for "Мнемокод" containing "000 'Мираж'", a "Создать" button, a dropdown for "Вид обязательства" set to "Прозвон", and a dropdown for "Вид объекта".
- Потенциальный клиент:** Includes a dropdown for "Организация" set to "000 'Мираж'", a dropdown for "Обязательство" set to "Прозвон", a "Базовый телефон" field split into "0572" and "7012020", a dropdown for "Контактное лицо" set to "Ивлев А.М.", and a text field for "Прочие телефоны" containing "Ивлев Артем Максимович".
- Даты контактов:** Includes a "Последнего" field, a "Следующего" field set to "07.02.2007", and a refresh button.

At the bottom of the window are buttons for "Сохранить", navigation arrows, "Записать", "Отменить", and a help icon.

Рис. 57. Вкладка "Основні" вікна "Контактна карта: Додавання"

**Важливо!** Кнопка **Створити** – активна лише в тому випадку, якщо організація з відповідним видом зобов'язання (товаром, послугою), яке внесене у відповідні поля, ще не зареєстрована в розділі **Клієнти і потенційні клієнти**. Якщо вона стала активна, натисніть на неї, при цьому дана організація з видом зобов'язань буде зареєстрована автоматично в розділі **Клієнти і Потенційні клієнти** в підкаталозі, який буде вказаний в настройці. Якщо настройки не були виконані, Система видасть попереджувальне повідомлення про відсутність настройок (рис. 58).

**Вид зобов'язання** – виберіть із словника **Номенклатор товарів і послуг** потрібний вид зобов'язання, як правило, при первинному контакті з організацією це **Телефонування**, оскільки співробітник, що дзвонить перший раз в організацію, може ще не знати, який товар(послуга), або який напрям співпраці буде цікавий цій організації. Якщо такого зобов'язання в словнику немає, потрібно його додати.

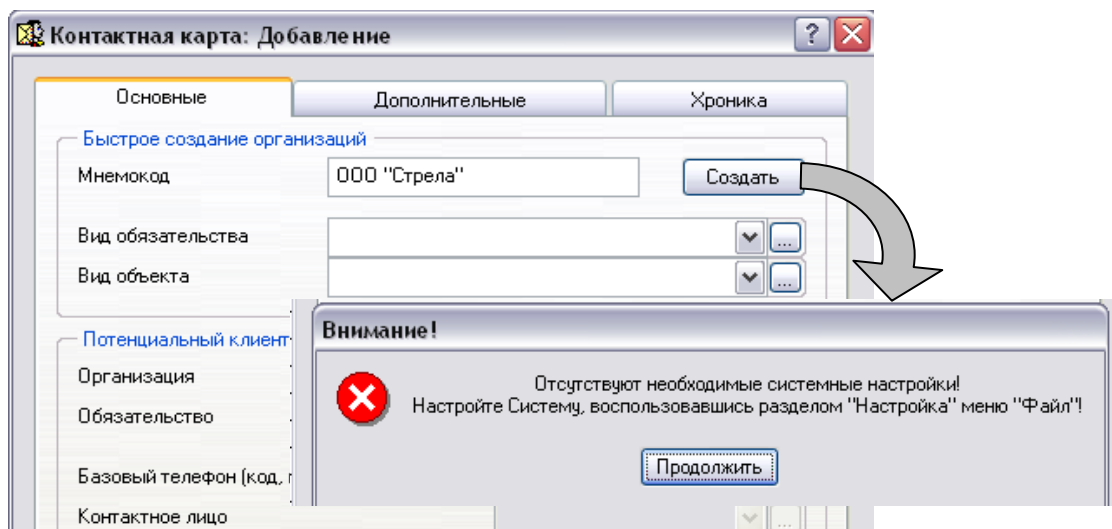




Рис. 58. Попередження про відсутність налаштувань

Після заповнення поля **Мнемокод** і **Вид зобов'язань** для існуючої організації або після натиснення кнопки **Створити** для нової організації заповнюються поля:

**Організація** – натисніть кнопку  поруч з полем. У вікні **Клієнти і потенційні клієнти** виберіть з потрібного підкаталогу організацію на панелі **Організації**;

**Зобов'язання** – натисніть кнопку  поруч з полем. У вікні **Зобов'язання** по обраній організації оберіть потрібне зобов'язання або, якщо його нема, створіть нове;

**Базовий телефон (код, номер), інші телефони** – телефони контактної особи;

**Контактна особа** – особа, з якою ведуться переговори, або з якою можна буде зв'язатися в майбутньому;

**Інші телефони** – введіть інші телефони для подальшого контакту;

**Контакт останній** – поле недоступне для редагування, Система вносить дату останньої хроніки;

**Контакт наступний** – користувач вносить дату, коли потрібно зв'язатися з цією організацією наступного разу (потім, в процесі роботи з інформацією, фахівець може щодня відбирати організації, з якими потрібно зв'язатися цього дня і, таким чином, планувати свій робочий день).

## 2. Вкладка *Додаткові* (рис. 59):

The screenshot shows a software window titled "Контактная карта: Добавление" with three tabs: "Основные", "Дополнительные", and "Хроника". The "Дополнительные" tab is active. It contains several sections for data entry:

- Контактирующие лица:** Two dropdown menus. The first is labeled "Телефонист" and contains "Бровко И.А.". The second is labeled "Продавец" and contains "Костров П.Н.". Each has a small "..." button to its right.
- Маркетинговая информация:** Two dropdown menus labeled "Инициатор" and "Состояние". Below them are two buttons: "Участие в акциях" and "Отрасль", both with "Просмотр" buttons next to them.
- Продажи:** Two text input fields. The first is labeled "Передано в Сбыт" and the second is labeled "Договор".
- Особая отметка:** A dropdown menu.
- Приоритет:** A dropdown menu with "Нормальный" selected.
- Примечания:** A large text area with scrollbars.

At the bottom of the window are several buttons: "Сохранить", navigation arrows, "Записать", "Отменить", and a help icon "?".

Рис. 59. Вкладка "Додаткові" вікна "Контактна карта: Додавання"

**Телефоніст** – співробітник компанії, який тримає зв'язок з організацією (диспетчер, менеджер та ін.);

**Продавець** – співробітник компанії, який в майбутньому буде відповідальним за реалізацію даного виду співпраці (реалізацію товару (послуги)). Залежно від штатного розкладу організації роль телефоніста і продавця може виконувати один співробітник;

**Ініціатор** (джерело отримання інформації) – якщо організація сама виявила цікавість до продукції нашої компанії, то співробітник, який мав перший контакт з організацією, повинен з'ясувати джерело отримання інформації.

**Важливо!** Шляхом відбору за конкретним джерелом отримання інформації, користувач зможе проаналізувати ефект від використання того або іншого рекламного носія.

Наступні поля будуть заповнені пізніше, якщо клієнт зацікавиться пропозицією:

**Стан** – на свій розсуд заведіть список станів організацій в цьому розділі (якщо необхідно);

**Участь в акціях** – при натисненні кнопки **Перегляд** з'являється список маркетингових акцій, в яких брала участь організація (розділ "Маркетингові акції");

**Галузь** – при натисненні кнопки **Перегляд** з'являється список видів діяльності;

**Передано в збут** – дата реалізації товару (послуги), за яким велися переговори;

**Договір** – договірний документ (заповнюється за допомогою розділу **Документи**);

**Особлива відмітка** – заповнюється на розсуд користувача;

**Примітки** – вводяться примітки, якщо необхідно.

### 1.3. Завдання 2.

Перевірте наявність створеної в попередньому завданні організації в розділі "Клієнти і потенційні клієнти".

Зареєструйте контакт з даною організацією від <Дата>.

Перенесіть цю організацію з розділу "Автоматично створені" в розділ "Телефонування".

У нашому прикладі контакт був зареєстрований 07.02.07.

### 1.4. Порядок виконання завдання 2.

Відкрийте розділ **Облік→Клієнти і Потенційні клієнти**. Відкриється вікно **Організації**. Активізуйте розділ **Автоматично створені**, у верхній панелі **Організації** відобразиться створена Вами організація (якщо в панелі немає жодної інформації, перевірте параметри відбору: команда **Відібрати** з контекстного меню).

У нижній панелі у вкладці **Хроніка** створіть контакт з даною організацією (рис. 60). Створений контакт відобразиться у вкладці **Хроніка контактів** (рис. 61).

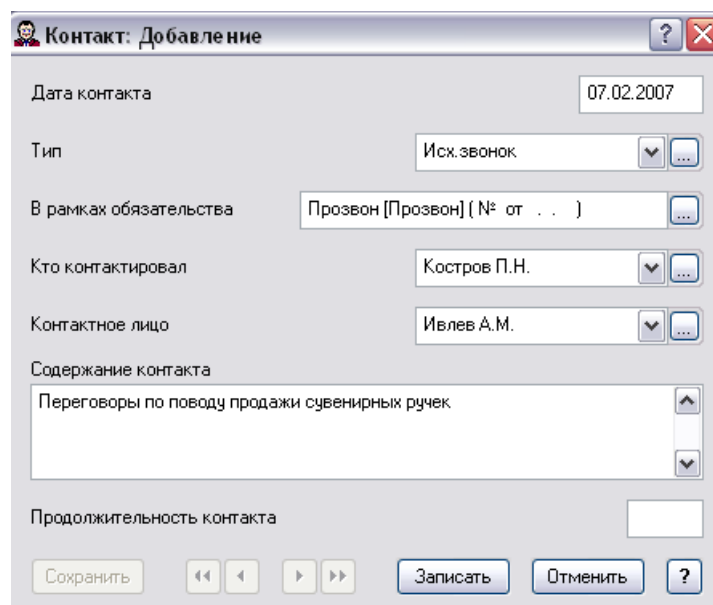


Рис. 60. Вікно для додавання контакту

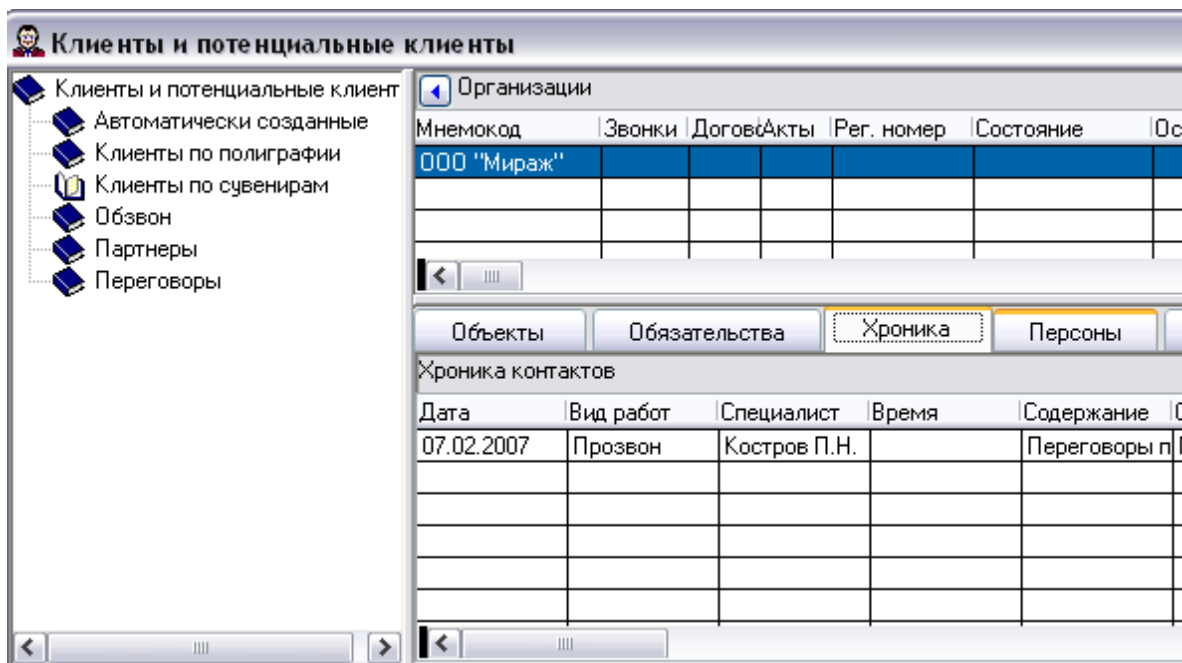


Рис. 61. Хроніка контактів

Перенос з одного підкаталогу в іншій здійснюється шляхом перетягання організації. Натисніть ліву клавішу миші на потрібній організації в панелі **Організації** і не відпускаючи курсор (курсор при цьому повинен набути форму "руки"), перенесіть її до потрібного розділу в дереві розділів.

#### 1.5. Завдання 3.

Фірма-клієнт після проведення переговорів зробила перше замовлення на виготовлення сувенірних кулькових ручок. Обслуговує замовлення менеджер <П. І. Б.> відділу сувенірів. Відобразіть цю інформацію в Системі.

#### 1.6. Порядок виконання завдання 3.

Відкрийте розділ **Облік** → **Клієнти і потенційні клієнти**. Відкриється вікно **Організації**. Активізуйте в дереві каталогу розділ **Телефонування**, у верхній панелі **Організації** відобразиться створена організація (якщо в панелі немає жодної інформації, перевірте параметри відбору: команда **Відібрати** з контекстного меню).

Перенесіть організацію з розділу **Телефонування** в розділ **Клієнти по сувенірах**, оскільки організація стала нашим клієнтом.

Заведіть об'єкт (рис. 62) і зобов'язання (рис. 63) для даної організації. Для цього в нижній частині вікна **Клієнти і потенційні клієнти** увійдіть до вкладки **Об'єкт** і з контекстного меню виберіть команду **Додати**. Потім аналогічну команду виконаєте у вкладці **Зобов'язання** вікна **Клієнти і потенційні клієнти**.

Рис. 62. Вікно для додавання об'єкта

Рис. 63. Вікно для додавання зобов'язання





#### 1.7. Завдання 4.

Внесіть докладну контактну інформацію про створену організацію: повне найменування, поштова адреса, адреса web-сайту компанії, електронна адреса, маршрут і т.п.

#### 1.8. Порядок виконання завдання 4.

Подібна інформація про організацію зберігається в розділі **Клієнти і Потенційні клієнти**. Її можна внести як з цього розділу, так і працюючи з розділом **Маркетинг і Збут**. Розглянемо останній варіант:

Відкрийте розділ **Облік→Маркетинг і Збут**. Відкрийте потрібний підкаталог, виберіть потрібну організацію і з контекстного меню виберіть команду **Виправити**. Відкриється форма **Контактна карта: Виправлення** (рис. 64). Натисненням на кнопку   поряд з полем **Організація**, відкривається розділ **Клієнти і потенційні клієнти**, при цьому в активному рядку буде потрібна організація.

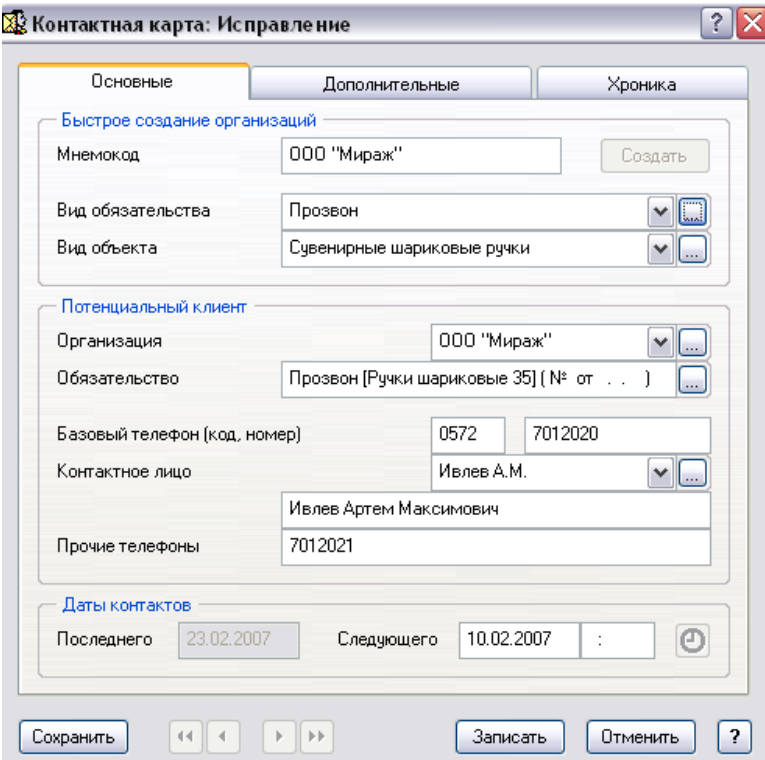


Рис. 64. Вікно для виправлення контактної форми

Відкрийте картку організації, вибравши з контекстного меню команду **Виправити**. Відкриється форма **Організація: Виправлення** (рис. 65). Внесіть контактну інформацію згідно з завданням і натисніть кнопку **Записати**.

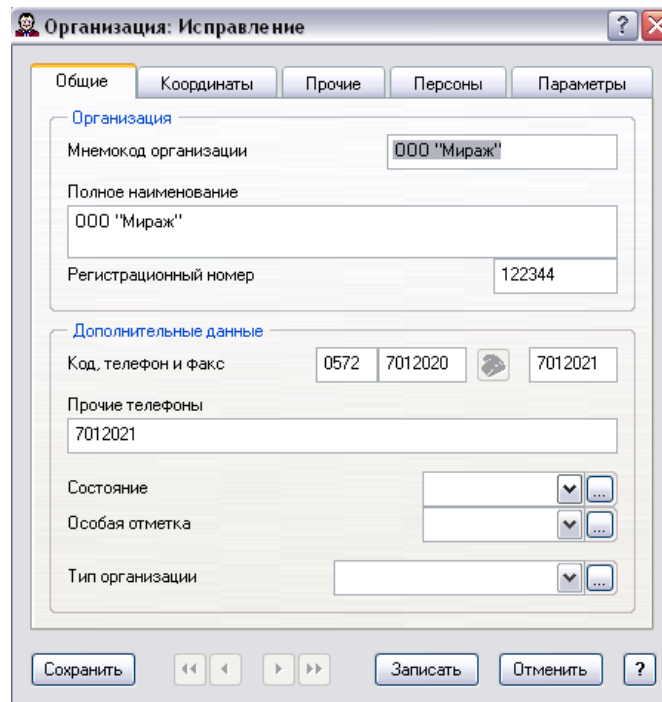


Рис. 65. Вікно "Організація: Виправлення"

Перейдіть в нижню панель вікна *Клієнти і потенційні клієнти* у вкладку *Об'єкти обслуговування*, встановіть курсор на потрібний об'єкт співпраці і натисніть внизу вікна кнопку *Вибрати* (рис. 66). Ви повернетеся в розділ *Маркетинг і Збут* у форму *Контактна карта: Виправлення* (рис. 64).

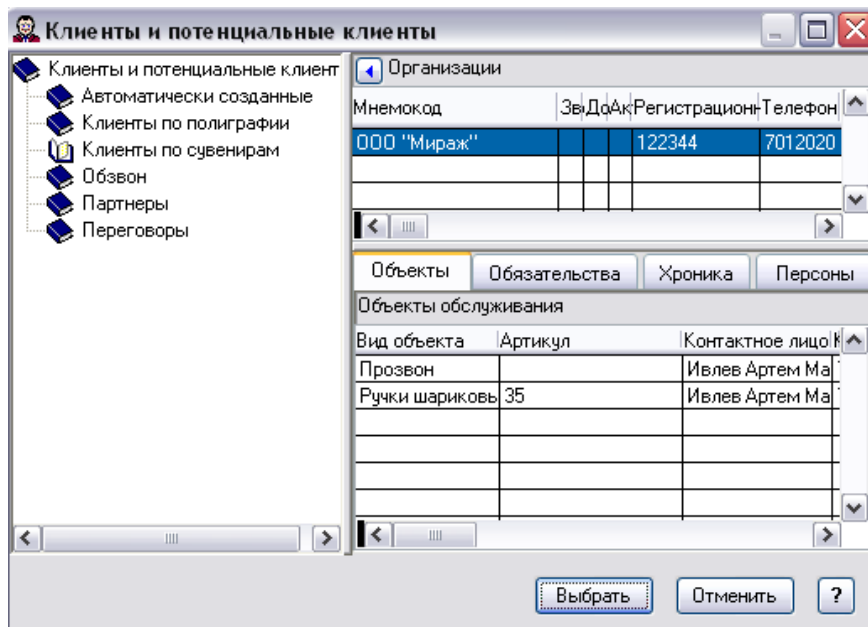


Рис. 66. Вибір об'єкта обслуговування у вікні "Клієнти і потенційні клієнти"

Натисніть кнопку *Записати*.

## 2. Розсилання.

### 2.1. Завдання

Підготуйте розсилання по електронній пошті із повідомленням про проведення нової акції. Відповідальний менеджер відділу маркетингу <П. І. Б.>. Розділ для розміщення даного розсилання "Акції".

Організацію для розсилання і П. І. Б. менеджера виберіть самостійно.

У нашому прикладі розсилання здійснюватимемо для ТОВ "Міраж". Відповідальний менеджер Леонід Савін (відділ маркетингу).

### 2.2. Порядок виконання.

Розсилання можна формувати з розділів Системи "Клієнти і потенційні клієнти", "Маркетинг і Збут", "Маркетингові акції", "Журнал сервісного обслуговування".

Розглянемо формування розсилання з розділу "Маркетинг і Збут".

Відкрийте розділ **Облік→Маркетинг і Збут**.

Активізуйте потрібний підкаталог в дереві каталогу вікна **Маркетинг і збут**. Відберіть потрібні організації (якщо необхідно) шляхом установки параметрів відбору (команда **Відібрати** з контекстного меню). Або відзначте необхідні організації клавішею **Пропуск**. У нашому випадку відзначте клавішею **Пропуск** організацію "Міраж" (рис. 67).

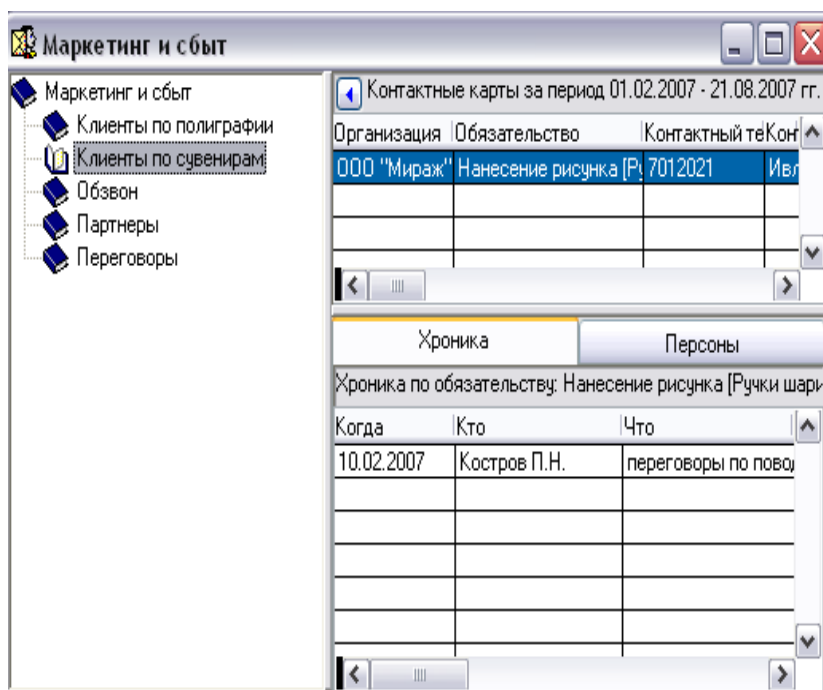


Рис. 67. Відбір організації для розсилання

Виберіть з контекстного меню команду **Підготувати розсилання**. Відкриється форма **Підготовка розсилання**. Заповніть поля форми (рис. 68):

Рис. 68. Форма "Підготовка розсилання"

**Оброблювані записи** – потрібно обрати один з варіантів: поточна, всі або помічені організації;

**Дата** – дата розсилання;

**Планований час** – час відправки повідомлень;

**Тип** – яким чином проводитиметься розсилання повідомлень: "Електронна пошта", "Звичайна пошта", "Кур'єрська доставка", "Факсимільне повідомлення";

**Пріоритет** – важливість даного конкретного розсилання;

**Не створювати записи з порожньою контактною інформацією, не створювати записи з порожніми персонами** – приймає варіанти "так" або "ні". Організації, в яких не вказані контактні особи, адреси або персони вибиратися не будуть;

**Відповідальний** – співробітник організації, який відповідальний за розсилання;

**Категорія адресата** – посада контактної особи, для якої здійснюється розсилання. Використовується для розсилання повідомлень певній категорії контактних осіб, наприклад, лише для директорів або бухгалтерів;

**Особлива відмітка** – особлива відмітка при необхідності вибирається з відповідного розділу словника.

Натисніть клавішу **Почати**.

У відкритому вікні **Журнал доставки: Розділи** створіть розділ **Акції** (рис. 69).

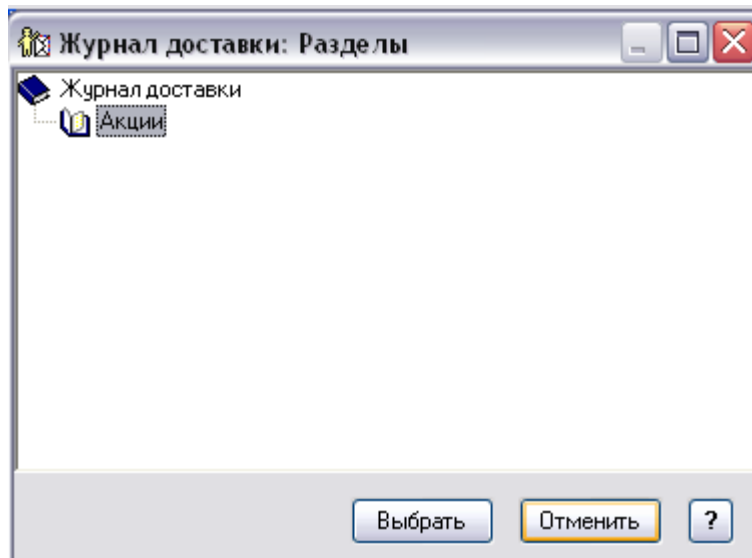


Рис. 69. Додавання розділу "Акції" в "Журнал доставки"

Натисніть клавішу **Вибрати**. З'явиться повідомлення про виконання операції (рис. 70).

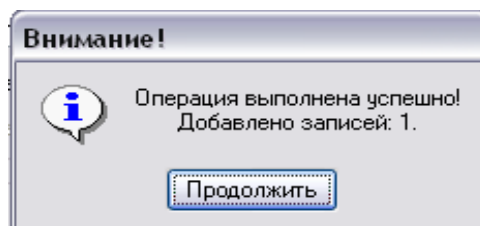


Рис. 70. Інформаційне повідомлення

Дане розсилання формується в розділі "Журнал доставки" (рис. 71).

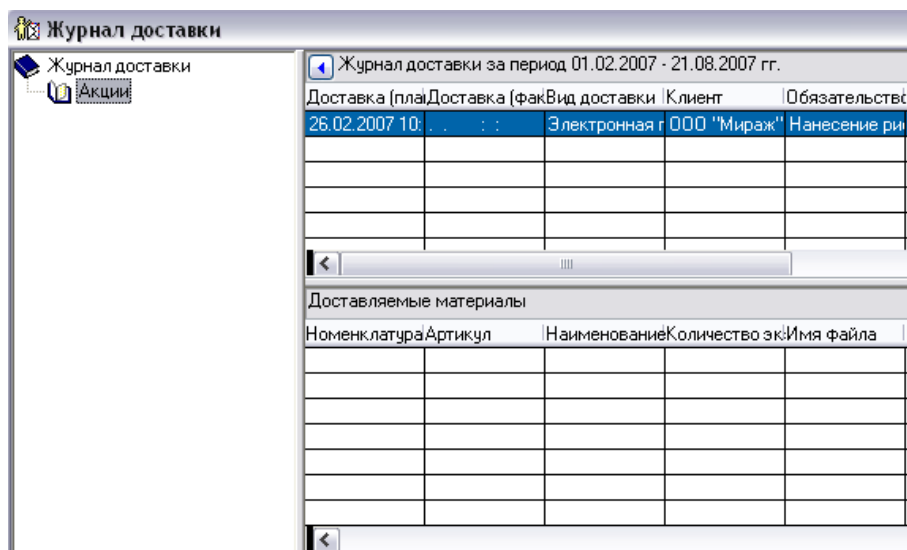


Рис. 71. Інформація про розсилання в "Журналі доставки"

### **Зміст звіту з виконаної роботи:**

1. Цілі роботи
2. Занесення інформації в розділ "Маркетинг і збут".
  - 2.1. Індивідуальні значення параметрів за завданням 1.
  - 2.2. Екранні форми з внесеними контактами в завданні 1.
  - 2.3. Індивідуальні значення параметрів за завданням 2.
  - 2.4. Екранні форми з внесеними контактами в завданні 2.
  - 2.5. Індивідуальні значення параметрів за завданням 3.
  - 2.6. Екранні форми із створеним об'єктом і зобов'язанням в завданні 3.
  - 2.7. Індивідуальні значення параметрів за завданням 4.
  - 2.8. Екранні форми з докладною інформацією про створену організацію в завданні 4.
3. Формування розсилання для організацій.
  - 3.1. Індивідуальні значення параметрів для формування розсилання для організацій.
  - 3.2. Екранна форма з підготовкою розсилання і з інформацією про розсилання в "Журналі доставки".
4. Висновки.

### **Контрольні запитання**

1. Для чого призначений розділ "Маркетинг і збут"?
2. Які категорії працівників працюють з розділом "Маркетинг і збут"?
3. Опишіть етапи схеми просування товарів і послуг.
4. Які настройки в системі "ПАРУС" необхідно виконати для роботи з розділом "Маркетинг і збут"?
5. Для чого призначений розділ "Автоматично створені"?
6. Яким чином можна перенести організацію з одного розділу в інший?
7. Яким чином реєструється контакт з клієнтом в розділі "Маркетинг і збут"?
8. Які словники використовуються при заповненні розділу "Маркетинг і збут"?
9. У яких розділах системи "ПАРУС" можна внести докладну контактну інформацію про створену організацію? Як це можна зробити?
10. Що таке розсилання?
11. У яких розділах системи "ПАРУС" можна формувати розсилання?
12. Яким чином формується розсилання в розділі "Маркетинг і збут"?

## Зміст

Вступ	3
Лабораторна робота №1. Налаштування системи	4
Лабораторна робота №2. Створення словників	12
Лабораторна робота №3. Робота з "Журналом обліку робочого часу"	27
Лабораторна робота №4. Робота з "Клієнтами і потенційними клієнтами"	35
Лабораторна робота №5. Робота з розділом "Маркетинг і збут"	47

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Методичні рекомендації  
до виконання лабораторних робіт  
з навчальної дисципліни  
"ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В МАРКЕТИНГУ"  
(в середовищі CRM-системи "Парус")  
для студентів напряму підготовки "Маркетинг"  
усіх форм навчання**

Укладач **Ушакова Ірина Олексіївна**

Відповідальний за випуск **Пономаренко В. С.**

Редактор **Голінська О. Г.**

Коректор **Гнатченко Г. О.**

План 2008 р. Поз. №226.

Підп. до друку Формат 60 × 90 1/16. Папір MultiCopy. Друк Riso.  
Ум.-друк. арк. 4,0. Обл.-вид. арк. 4,6. Тираж прим. Зам. №

---

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи  
Дк №481 від 13.06.2001 р.*

---

Видавець і виготівник — видавництво ХНЕУ, 61001, м. Харків, пр. Леніна, 9а



**Методичні рекомендації  
до виконання лабораторних робіт  
з навчальної дисципліни  
"ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ  
В МАРКЕТИНГУ"  
(в середовищі CRM-системи "Парус")  
для студентів напряму підготовки "Маркетинг"  
усіх форм навчання**