

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»**

Одобрено
решением Ученого совета
от «29» июля 2023г.
протокол № 2



УТВЕРЖДАЮ
Ректор Института бизнеса
и инновационных технологий

А.И. Садыкова

«29» июля 2023 г.

**Рабочая программа дисциплины
«Клиентоориентированность»**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки: Управление проектами
Квалификация выпускника: Бакалавр
Форма обучения: очно-заочная

Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ	3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	5
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ	8
ДИСЦИПЛИНЫ	8
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	16

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Клиентоориентированность» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 N970.

Дисциплина «Клиентоориентированность» направлена на формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков клиентоориентированного подхода управления организацией и обслуживания клиентов. Целью дисциплины является развитие маркетингового мышления необходимого для эффективной работы менеджера с клиентами и получения навыков применения маркетинговых инструментов и методов, подходов для выработки и реализации стратегических решений любого уровня.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины заключается в: формировании профессиональных знаний и компетенций в области теории и практики клиентоориентированного подхода в управлении.

Задачи изучения дисциплины:

- развитие маркетингового мышления, понимание конъюнктуры рынка клиента;
- ознакомление с основными подходами и инструментами в области клиентоориентированного сервиса и приобретение практических навыков работы с трудными клиентами;
- изучение и приобретение практических навыков в области управления клиентоориентированных услуг, умение применять маркетинговые методы управления в различных рыночных ситуациях;
- формирование способности ставить четкие маркетинговые цели и задачи на разных уровнях клиентоориентированности.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен осуществлять руководство проектами организации с использованием современных информационных технологий	ПК-2	ПК-2.2. Иницирует и планирует различные типы проектов, управляет проектными командами и эффективно взаимодействовать со всеми заинтересованными сторонами	Концепцию интенсификации коммерческих усилий по продвижению проектов. Принципы клиентоориентированного подхода.	Осуществлять ретаргетинг клиентов для нацеливания на конкретные действия. Анализировать факторы клиентоориентированности.	Разработки клиентоориентированной стратегии проекта и проектной компании. Работы с возражениями клиентов	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл	
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра			Из них в форме практической подготовки
<i>Тема 1. Введение в дисциплину клиентоориентированность</i>	1	1		1						14	Отчет по ситуационному практикуму/ 10
<i>Тема 2. Клиентоориентированный подход как основа организации обслуживания клиентов..</i>										14	Отчет по ситуационному практикуму / 10 Доклад-презентация/ 5
<i>Тема 3. Клиентоориентированный маркетинг.</i>	1	1		1						14	Отчет по ситуационному практикуму / 10 Доклад-презентация/ 5
<i>Тема 4. Работа с рекламациями. Использование жалоб и рекламаций в интересах развития компании.</i>										14	Отчет по ситуационному практикуму / 10 Доклад-презентация/ 5
<i>Тема 5. Клиентский сервис и клиентоориентированный персонал</i>	1	1		1						14	Отчет по ситуационному практикуму / 10 Доклад-презентация/ 5.
<i>Тема 6. Формирование лояльности на основе клиентоориентированности</i>										14	Отчет по ситуационному практикуму / 10 Доклад-презентация/ 5
<i>Тема 7. Эффект клиентоориентированности</i>	1	1		1						12	Отчет по ситуационному практикуму / 10 Доклад-презентация/ 5
Всего:	4	4		4						96	100

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Контроль, час	0									Зачет
Объем дисциплины (в академических часах)	108									
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	3									

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в дисциплину клиентоориентированность.

Экономика XXI века: тенденции развития экономики и рынка услуг. Тенденции изменения жизненных форматов потребления в постиндустриальном обществе. Клиентоориентированность как философия бизнеса. Понятие клиентоориентированности. Основы клиентоориентированного сервиса. Принципы современного сервиса. Когда нужна клиентоориентированность?

Тема 2. Клиентоориентированный подход как основа организации обслуживания клиентов.

Роль клиентоориентированного подхода в управлении. Ценность, получаемая клиентом и компанией от использования клиентоориентированного подхода. Уровни предложения услуг компании (основной, ожидаемый, расширенный, потенциальный). Модель дополнительных услуг компании. Лестница лояльности клиентов. Участие бренда в образовании ценности.

Тема 3. Клиентоориентированный маркетинг.

Вектор современного развития маркетинга: предпосылки возникновения клиентинга. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий. «Трансакционный маркетинг» и «маркетинг взаимоотношений». Ранжирование клиентов по уровню прибыльности. Экономика привлечения клиентов. Ретаргетинг клиентов. Экономика удержания клиентов и модели оптимизации удержания клиентов.

Тема 4. Работа с рекламациями. Использование жалоб и рекламаций в интересах развития компании.

Принципы клиентоориентированного подхода. Возражения и конфликты с клиентами. Жалоба как подарок. Важность профессиональной работы с жалобами. Классификация жалоб и особенности работы с каждым типом. Принципы организации взаимодействия с клиентом, как выяснить суть претензии. Особенности работы с трудными клиентами.

Тема 5. Клиентский сервис и клиентоориентированный персонал.

Достижение клиентоориентированности. Проблемы при работе с данными в рамках клиентоориентированного подхода. Прицельный маркетинг: ответ на потребности клиентов в режиме реального времени. Ретаргетинг клиентов для нацеливания на конкретные действия. Развитие аттракт-функции. Составляющие успеха клиентоориентированной стратегии.

Тема 6. Формирование лояльности на основе

клиентоориентированности.

Понятие клиентоориентированности и лояльности клиентов. Формирование программ лояльности. Определение целей и задач программ лояльности. Экономическая целесообразность программы лояльности. Выбор инструмента программы лояльности.

Тема 7. Эффект клиентоориентированности.

Выгоды от клиентоориентированного подхода. Умение выявить потребности клиента и эффективно их удовлетворить. Лестница ожиданий клиента. Поведенческая и воспринимаемая лояльность.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданиям преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одноклассников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой(конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать

начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобразить всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;

- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;

- план сообщения;

- краткие выводы из всего сказанного;

- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;

- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;

- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко

выполнять установленный регламент (не более 10 минут);

- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
<i>Тема 1. Введение в дисциплину клиентоориентированность.</i>	Конъюнктура рынка. Социально-экономическая сущность маркетинга. Роль маркетинга в экономическом развитии страны. Принципы современного сервиса. Когда нужна клиентоориентированность?	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к ситуационному практикуму	Отчет по ситуационному практикуму
<i>Тема 2. Клиентоориентированный подход как основа организации обслуживания клиентов..</i>	Модель дополнительных услуг компании. Лестница лояльности клиентов. Участие бренда в образовании ценности.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к ситуационному практикуму Подготовка доклада-презентации	Отчет по ситуационному практикуму Доклад-презентация
<i>Тема 3. Клиентоориентированный маркетинг.</i>	Экономика привлечения клиентов. Ретаргетинг клиентов. Экономика удержания клиентов и модели оптимизации удержания клиентов.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к ситуационному практикуму Подготовка доклада-презентации	Отчет по ситуационному практикуму Доклад-презентация

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
<i>Тема 4. Работа с рекламациями. Использование жалоб и рекламаций в интересах развития компании.</i>	Стратегии позиционирования. Ошибки позиционирования. Классификация жалоб и особенности работы с каждым типом.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к ситуационному практикуму Подготовка доклада-презентации	Отчет по ситуационному практикуму Доклад-презентация
<i>Тема 5. Клиентский сервис и клиентоориентированный персонал</i>	Управление взаимоотношениями с клиентами. Тенденции и перспективы развития Contact центров.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к ситуационному практикуму Подготовка доклада-презентации	Отчет по ситуационному практикуму Доклад-презентация
<i>Тема 6. Формирование лояльности на основе клиентоориентированности</i>	Выявление и способы преодоления барьеров между клиентом и фирмой.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к ситуационному практикуму Подготовка доклада-презентации	Отчет по ситуационному практикуму Доклад-презентация
<i>Тема 7. Эффект клиентоориентированности</i>	Развитие аттракт-функции. Составляющие успеха клиентоориентированной стратегии. Разработка фирменной системы показателей модели успешного контакта.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к ситуационному практикуму Подготовка доклада-презентации	Отчет по ситуационному практикуму Доклад-презентация

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Иган, Д. Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник / Д. Иган ; пер. Е. Э. Лалаян. – 2-е изд. – Москва : Юнити, 2015. – 375 с. : табл., граф., схемы – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01321-3. – Текст : электронный.

2. Бражников, М. А. Сервисология : учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13343-1. —

Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497410>.

Дополнительная литература:

1. Шпирт, Б. Отчаянные аккаунт-менеджеры: как работать с клиентами без стресса и проблем. Настольная книга аккаунт-менеджера, менеджера проектов и фрилансера : практическое пособие : [16+] / Б. Шпирт ; ред. Н. Нарциссова ; ил. Б. Шпирта. – Москва : Альпина Паблишер, 2018. – 228 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495625>. – ISBN 978-5-9614-6875-5. – Текст : электронный.

2. Бураковская, Н. В. Обслуживание в гостиничном комплексе особых категорий клиентов : учебное пособие для вузов / Н. В. Бураковская, О. В. Лукина, Ю. Р. Солодовникова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022 ; Омск : Изд-во ОмГТУ. — 98 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11735-6 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-8149-2644-9 (Изд-во ОмГТУ). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495813>.

3. Социальная работа с проблемой клиента : учебное пособие для вузов / Г. В. Говорухина [и др.] ; под редакцией Л. Г. Гуслияковой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11798-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496009>.

4. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488789>.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины

№	Наименование портала	Ссылка
1	Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров.	www.marketcenter.ru
2	Сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы.	www.sostav.ru
3	Сайт «Корпоративный менеджмент» (публикации журналов «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг».	www.cfin.ru
4	Сайт «Энциклопедия маркетинга»	www.marketing.spb.ru
5	Сайт электронного журнала по маркетингу.	www.4p.ru
6	Сайт издательской группы «Дело и сервис».	www.dis.ru
7	Сайт «Наука о рекламе».	www.advertology.ru

6.3. Описание материально-технической базы

<p><i>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 2 для проведения учебных занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</i></p> <p>Письменные столы обучающихся; Стулья обучающихся; Стол для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Письменный стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Кафедра; Магнитно-маркерная доска; Мультимедийный проектор; Экран; Ноутбук с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 2 (25,2 кв.м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>
<p><i>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 4 для проведения учебных занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</i></p> <p>Письменные столы обучающихся; Стулья обучающихся; Стол для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Письменный стол педагогического работника; Стул педагогического работника;</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 4 (21,6 кв.м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>

<p>Кафедра; Магнитно-маркерная доска; Мультимедийный проектор; Экран; Ноутбук с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>				
<p><i>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 5 для проведения учебных занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</i> Письменные столы обучающихся; Стулья обучающихся; Столы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Письменный стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Кафедра; Магнитно-маркерная доска; Мультимедийный проектор; Экран; Ноутбук с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 5 (19,6 кв.м)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтгэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>
<p><i>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 6 для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</i> Компьютерные столы обучающихся; Стулья обучающихся; Компьютерные столы для</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 6 (18 кв..м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтгэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>

<p>обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Письменный стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Стеллаж для учебно-методических материалов, в том числе учебно-наглядных пособий; Многофункциональное устройство (принтер, сканер, ксерокс); Интерактивная доска; Мультимедийный проектор; Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>				
<p><i>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 7 для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</i> Компьютерные столы обучающихся; Стулья обучающихся; Компьютерные столы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Письменный стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Стеллаж для учебно-методических материалов, в том числе учебно-наглядных пособий; Многофункциональное устройство (принтер, сканер, ксерокс); Интерактивная доска; Мультимедийный проектор; Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 7 (18,5 кв..м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>

<p>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 13 для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</p> <p>Компьютерные столы обучающихся; Стулья обучающихся; Компьютерные столы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Письменный стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Стеллаж для учебно-методических материалов, в том числе учебно-наглядных пособий; Многофункциональное устройство (принтер, сканер, ксерокс); Интерактивная доска; Мультимедийный проектор; Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 13 (19,7 кв.м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>
<p>Помещение № 1 для самостоятельной работы обучающихся (с возможностью обучения лиц с ОВЗ) с перечнем основного оборудования:</p> <p>Письменный стол обучающегося; Стул обучающегося; Письменный стол обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; Стул обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата; Моноблок (в том числе, клавиатуры, мыши, наушники) с возможностью подключения к</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 1 (12,2 кв.м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>

<p>сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>				
<p>Помещение № 3 для самостоятельной работы обучающихся (с возможностью обучения лиц с ОВЗ) с перечнем основного оборудования: Письменный стол обучающегося; Стул обучающегося; Письменный стол обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; Стул обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; Стеллаж для учебно-методических материалов; Многофункциональное устройство (принтер, сканер, ксерокс); Моноблоки (в том числе, клавиатуры, мыши, наушники) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 3 (16,2 кв.м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>
<p>Помещение № 12 для самостоятельной работы обучающихся (с возможностью обучения лиц с ОВЗ) с перечнем основного оборудования: Письменные столы; Стулья; Письменный стол обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; Стул обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; Стеллаж для учебно-методических материалов; Многофункциональное устройство (принтер, сканер, ксерокс); Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата; Моноблок (в том числе, клавиатуры, мыши, наушники) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 12 (18,1 кв.м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при

осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде института из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Программное обеспечение Microsoft Office
- Программное обеспечение Microsoft Office
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security

для бизнеса Russian Edition

лицензионное программное обеспечение отечественного производства:

- Антивирусная программа Dr. Web;

свободно-распространяемое программное обеспечение:

- 7-ZIP – архиватор <https://7-zip.org.ua/ru/>
- Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/o-programme/>

- Gimp – растровый графический редактор <http://www.progimp.ru/>

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>.

- Образовательная платформа «Юрайт». Для вузов и ссузов. Электронная библиотечная система (ЭБС) <https://urait.ru/>

современные профессиональные базы данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.

- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.

- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>).

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
2.	Ситуационный практикум	<p>10-7 - работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы</p> <p>6-4 - работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы</p> <p>3-1 - работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; имеются ошибки в расчетах; необходимые выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы</p> <p>0- - обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, требуемые формулы не найдены или не поняты, выводы и ответы на вопросы отсутствуют</p>
3.	Доклад – презентация	<p>5 – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование политологической терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии.</p> <p>4 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование политологической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик в основном правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся</p> <p>3-1 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был «привязан» к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся</p>

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к ситуационному практикуму

Практикум на клиентоориентированность (для оценки менеджеров по продажам)

Кейс для оценки клиентоориентированности менеджеров по продажам

практически любых товаров B2B и B2C, как личных, так и телефонных продаж. Например, бытовой техники, промышленного оборудования, материалов и прочего. Подходит для оценки кандидатов на работу и действующих сотрудников при аттестации и определении потребности в обучении. Не требует от HR специальных знаний продаваемой номенклатуры.

Кейс хорош тем, что оцениваемый кандидат или работник не осознаёт, ЧТО именно вы оцениваете: думает, что знание товара.

Берём 3 листовки из каталога или проспекта с описанием 3-х товаров одинаковой номенклатуры (например, мобильных телефонов или ноутбуков).

Один из высокой, другой из средней, третий - из экономичной ценовых категорий.

Даём оцениваемому и просим сравнить их по характеристикам. Или спрашиваем, чем объясняется различие в цене.

Менеджер с недостатком клиентоориентированности будет сравнивать технические характеристики. Клиентоориентированный менеджер начнёт с выяснения, для каких целей приобретается товар, как будет использоваться, а потом подбирает оптимальный. Зачастую - не самый дорогой.

Практикум на клиентоориентированность: клиентоориентированный официант (конкурс)

Использую во время центра развития и оценки а также на различных коммуникативных тренингах в том случае, если набившая "оскомину" задача про полторы курицы участникам уже известна, и они понимают принцип ее решения. В этом случае аналогичные задачи участники также решают сходу.

В данном случае заложен иной принцип решения.

Встретились три одноклассника совершенно случайно, на футболе, после 20 лет, как школа окончилась.

Решили отметить. Зашли в ближайший спорт-бар, накатили по пивку, посмотрели пару матчей, обсудили прожитую жизнь.

Принесли счет - 250 рублей. Друганы скинулись по стольнику, отдали официанту и пошли по домам.

Официант приносит чаевые в кассу, а новый метрдотель говорит:

- Ты что забыл основной принцип нашей новой корпоративной культуры? НИКАКИХ чаевых. Бегом догнал и отдал полтинник сдачи! Иначе будешь уволен.

Официант бежит за друганами, и думает: "Если отдать ребятам полтинник, да еще одной бумажкой, то они не смогут разделить 50 на 3. Никак не делится. Поссорятся. Из-за меня ведь поссорятся."

Поэтому официант достал из другого кармана три купюры по десять рублей, догнал ребят и раздал им, сославшись на корпоративную культуру спорт-бара.

Ребята пожали плечами, забрали по десятке и пошли дальше.

В итоге каждый из друганов заплатил по 90 рублей. 20 рублей остались у находчивого официанта. Итого $90 \times 3 + 20 = 290$.

Теперь два вопроса:

1. Где недостающая десятка?
2. За что на следующий день все-таки уволили этого официанта?

Кейс на отработку навыка прояснения потребностей клиента

Один из самых сложных навыков в продажах, как мне кажется, является **умение грамотно и структурировано задавать вопросы для прояснения ситуации и потребностей клиента.**

Здесь мы говорим о важности использования открытых вопросов; о важности расширения своего арсенала исследовательских вопросов; о таких техниках, как "текущая - желаемая ситуация", "воронка вопросов" и др.

Кейсы позволяют лучше понять цель и ценность этих инструментов и отработать их.

Кейс "Гараж. Что необходимо клиенту?"

ВВОДНАЯ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ

Вы – Семен Семенович, владелец загородного участка 20 соток в товариществе «Чтобы вы так жили» с коттеджем и баней. Участок находится в лесу.

Вы собрались построить на участке отдельно стоящий гараж размером 6х9 м. для вашего автомобиля внедорожника.

Ваш коттедж – это большой дом с оштукатуренными стенами, которые покрашены в «кирпичный» цвет. Каждые три года, из-за сильной влажности, вам приходится делать косметический ремонт фасада: заделывать трещины, снова красить стены. Это дорого, поэтому вы хотите построить гараж из красного кирпича - с одной стороны, такой гараж будет гармонично сочетаться с домом, с другой стороны, вы избежите новых расходов по уходу за оштукатуренными стенами гаража.

Максимальное количество средств, которое вы выделили на строительство гаража - 6000 тугриков.

Важная деталь – вы хотите **обязательно** установить в гараже автоматические ворота «Клин» компании «ЧУДО ВОРОТА» **черного цвета.** Это ваша давняя мечта.

Как крайний вариант – возможно строительство блочного гаража с оштукатуренными стенами цвета «кирпич».

Сейчас вы направляетесь на встречу с представителем строительной компании «И так сойдет».

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ПРОДАВЦА

Вы коммерческий директор строительной компании «И так сойдет».

Ваша фирма успешно развивается на строительном рынке, имея репутацию застройщика с высоким качеством выполняемых работ.

Строительство гаражных боксов для загородных участков одна из ваших специализаций.

Ваша компания строит 3 варианта гаражей. Ниже указана стоимость

этих вариантов с установкой автоматических ворот «КЛИН» (цвет ворот «черный») компании «ЧУДО ВОРОТА», которые отлично зарекомендовали себя на рынке:

1. Стандартный железный гараж (размер 6х9)

Стоимость под ключ (включая покраску стен) - 3 410 тугриков

Гарантия качества - 2 года

Вы можете предоставить скидку не более 210

2. Блочный отштукатуренный (размер 6х9)

Стоимость по ключ (включая покраску стен) - 6 110 тугриков

Гарантия качества - 4 года

Вы можете предоставить скидку не более 310 тугриков

3. Кирпичный классический (размер 6х9)

Стоимость по ключ - 6 610 тугриков

Гарантия качества - 6 лет

Вы не предоставляете скидок на кирпичные гаражи, потому что данная работа требует высокого профессионализма, плюс ваши гарантии по качеству самые высокие на рынке.

По желанию клиента вы можете устанавливать во всех трех видах гаражей железные ворота «СКРИП» производства компании «ЧУДО ВОРОТА». В таком случае стоимость каждого из вариантов уменьшится на 710 тугриков.

С сегодняшнего дня вы начинаете совместную акцию с компанией «ЧУДО ВОРОТА». Оформите заказ на строительство кирпичного гаража с автоматическими воротами «КЛИН» **рыжего цвета** - получите скидку **620** тугриков.

Ваша задача выяснить потребности клиента и добиться, чтобы клиент оформил заказ именно у вас.

Как правило, участники не могут выйти на альтернативный вариант и достичь соглашения с покупателем.

В конце игры для всех зачитывается информация, как для покупателя, так и для продавца.

Участники сами делают вывод о важности умения задавать вопросы и прояснять все потребности клиента.

Примерная тематика докладов-презентаций

1. Понятия «сервис для клиента» в широком и узком смысле слова.
2. Понятие «сервисная деятельность».
3. Понятие «культура сервиса».
4. Понятие «услуга».
5. Основные группы услуг и их характеристики клиентоориентированности.
6. Компоненты качества услуги .
7. Принципы современного клиентоориентированного маркетинга.
8. Социальные предпосылки возникновения и развития клиентоориентированной сервисной деятельности.

9. Периодизация истории сервисной деятельности в России.
10. Сфера сервиса в России во второй половине 19-начале 20 века.
11. Особенности сферы сервиса клиента в Советской России.
12. Позитивные и негативные тенденции в развитии сферы клиентоориентированного сервиса в 90-е гг. 20 века и в начале 3-го тысячелетия.
13. Виды клиентоориентированной сервисной деятельности.
14. Учреждения и организации сферы сервиса в России.
15. Производственные объединения в сфере сервисной деятельности.
16. Конкуренция в деятельности клиентоориентированной сферы сервиса.
17. Значение репутации предприятия клиентоориентированной сферы сервиса.
18. Понятие «индустрия сервиса».
19. Понятие «инфраструктура сервиса».
20. Разновидности клиентоориентированных услуг и их характеристика.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
<p>Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:</p> <p>Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p> <p>«Зачтено»</p> <p>– 90-100 – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>– 70 -89 – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>– 50 - 69 – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.</p> <p>«Не зачтено»</p> <p>– менее 50 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.</p>

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

1. Маркетинг взаимоотношений: понятие и цели.

2. Концепции маркетинга взаимоотношений (К. Гренроос, Ф. Котлер, Вебстер, К. Келлер и др.)
3. Жизненный цикл взаимоотношений с клиентом.
4. Понятие клиентоориентированного сервиса, его принципы и элементы.
5. Типологии клиентов в маркетинге.
6. Структура процесса оказания услуги клиенту.
7. Особенности подготовки персонала для взаимодействия с клиентами.
8. Коммуникации с клиентом. Формирование обратной связи.
9. Понятие личных продаж. Этапы процесса личной продажи.
10. Понятие технологии активных продаж.
11. Факторы, влияющие на эффективность продаж.
12. Основные этапы обслуживания потребителей в сервисных предприятиях.
13. Сущность понятия «качество услуг». Составляющие качества оказания услуг.
14. Соотношение восприятия и ожидания клиента. Основные формулы восприятия и ожидания и их сущность.
15. Специфика обслуживания клиентов по телефону. Основные правила.
16. Условия возникновения конфликтной ситуации и меры по урегулированию конфликтов с потребителями.
17. Возражения как препятствие к сотрудничеству с клиентами. Ложные и истинные возражения.
18. Понятие и причины жалоб покупателей.
19. Основные принципы работы с жалобами и претензиями клиентов.
20. Типы конфликтных клиентов и работы с конфликтными личностями в процессе продажи.
21. Стратегии привлечения новых клиентов.
22. Технологии удержания клиентов.
23. Технология создания и управления клиентской базой.
24. Принципы разработки программ лояльности и оценка их эффективности.

Задания 2 типа

1. Социально-экономические факторы развития клиентоориентированности
2. Преимущества и недостатки специализации сервисных услуг
3. Признаки конкурентоспособности услуги
4. Компоненты сервисной системы.
5. Элементы оказания услуг и их взаимодействие.
6. Роль инфраструктуры в обеспеченности основной деятельности организации.
7. Роль предметно-пространственной среды в формировании имиджа сервисной фирмы.
8. Методы и формы обслуживания.
9. Способы приема заказов и заявок на услуги.

10. Методы организации взаимодействия с потребителями.
11. Психологические мотивы и объективные критерии выбора услуг клиентами.
12. Отличительные особенности труда работников сферы сервиса.
13. Профильная характеристика компетенций сотрудников сервисной фирмы.
14. Формы и методы обучения персонала. Способы и методы привлечения эффективной рабочей силы.
15. Критерии оптимальности уровня обслуживания.
16. Отличительные особенности основных, вспомогательных и поддерживающих услуг.
17. Прогрессивные формы обслуживания клиентов.
18. Проблемы восприятия цен на услуги клиентами.
19. Характеристика «брешей» в обслуживании.
20. Функциональное и технологическое качество сервисной услуги.
21. Особенности и проблемы оценки качества услуг.
22. Показатели качества услуги.
23. Факторы, определяющие выбор и установление требований и показателей качества.
24. Базовые потребительские ценности услуг.
25. Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителя.
26. Восстановление услуги как способ повышения качества.

Задания 3 типа

Задание 1. Компания «Купил – Включил – Не работает» собирается выходить на рынок сервисных услуг. Согласно учредительным документам, предприятие специализируется на оказании сервисных услуг по ремонту аудио- и видеотехники. Разработайте план маркетинга на 1 год и программу организации сервиса на этом предприятии. Примечание: исходите из того, что компания ставит перед собой высокие цели, поэтому ваши предложения должны быть максимально обоснованы.

Задание 2. Предприятие «Вы – сломали, мы – починим» успешно работает на рынке сервисных услуг. Основной вид деятельности – оказание сервисных услуг по ремонту и диагностике бытовой техники. Недавно, благодаря НТП, компания смогла разработать услугу-новинку, обладающую характеристиками, превышающими все существующие аналоги на рынке. Разработайте перечень мероприятий, способных повысить имидж компании и защитить услугу от аналогов конкурентов на протяжении каждого из этапов жизненного цикла услуги.

Задание 3. Предприятие «Московская железная дорога» (МЖД) предполагает организовать в электричках систему питания пассажиров. Вскоре в электропоездах взамен мелких предпринимателей-коробейников появятся сотрудники из службы разносной торговли Московской железной дороги. Все они будут одеты в специальную форму. Предполагается, что первое время в электричках станут продавать мороженое, воду и газеты.

Однако в будущем железнодорожники планируют организовать и горячее питание пассажиров. Официанты с тележками будут курсировать по вагонам на протяжении всего времени следования электропоезда. Определите, какие позитивные и негативные стороны несет в себе «система питания пассажиров». Какие маркетинговые цели преследуют маркетологи МЖД, внедряя данную систему? Будет ли, с вашей точки зрения, иметь успех эта программа? Мнение обоснуйте.

Задание 4. Вы – маркетолог крупной туристской компании, основной вид деятельности которой – организация отдыха на побережье Черного моря. Разработайте план маркетинговых мероприятий, направленных на стимулирование спроса и привлечение новых клиентов. Какие действия может предпринять компания для повышения уровня удовлетворенности клиентов?

Задание 5. Крупная фирма собирается открыть ресторан быстрого питания в Москве. Какие факторы макросреды она должна учесть? Проведите анализ рынка на предмет выявления основных конкурентов компании. При анализе конкурентной среды необходимо выяснить примерно следующий перечень вопросов:

- кто основные конкуренты;
- стратегия конкурентов;
- оргструктура и менеджмент;
- финансовое состояние;
- маркетинговая и рекламная стратегия конкурентов;
- методы, используемые в конкурентной борьбе;
- комплекс оказываемых услуг.

Задание 6. Компания планирует открыть сеть ресторанов быстрого питания. Какие блюда вы непременно включили бы в меню этих ресторанов, чтобы выделить их из общей массы конкурентов и завоевать симпатии потенциальных клиентов? Примечание: причины, по которым вы собираетесь включить в меню то или иное блюдо, должны быть обоснованы.

Задание 7. На этапе маркетинга аудиторских услуг по поиску и привлечению клиентов аудиторская фирма может прибегнуть к рекламе. Разработайте план проведения рекламной кампании для одной из аудиторских фирм (по вашему выбору).

Задание 8. Мебельная фабрика «12 стульев» испытывает затруднения по целому ряду производственных вопросов: устаревшее оборудование, отсутствие необходимой технической подготовки. Вместе с этим, руководство фабрики, опасаясь уронить авторитет в глазах подчиненных, а также беспокоясь за возможную утечку конфиденциальной информации, явно не настроено обращаться за помощью к квалифицированным консультантам. Консалтинговой компании, с целью привлечения мебельной фабрики к совместному сотрудничеству, необходимо повысить интерес и доверие к себе и своим услугам. Разработайте программу по укреплению имиджа консалтинговой фирмы, которая позволила бы ей успешно сотрудничать с мебельной фабрикой.

Задание 9. С целью выявления спроса на банковские услуги в часы обеденного перерыва разработайте список вопросов (анкету) для посетителей банка, ответы на которые должны определить целесообразность работы банка без перерыва на обед. Подумайте, какое время будет наиболее подходящим для проведения выборочного анкетирования посетителей (в день около 10-15 человек), если перерыв в банке с 14.00 – до 15.00?

Задание 10. Коммерческий банк установил новые (более выгодные) процентные ставки по вкладам населения в рублях и иностранной валюте. Разработайте рекламное информационное письмо для VIP-клиентов банка. Какие приложения вместе с письмом, по вашему мнению, необходимо будет вложить в конверт? Как называется подобный вид рекламы?