

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.06 Клиентоориентированный сервис

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)

38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности

Форма обучения

очная

Год набора

2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

_____ канд.экон.наук, доцент, Ананьева Надежда Васильевна

_____ должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью освоения дисциплины «Клиентоориентированный сервис» является получение знаний об особенностях клиентоориентированного подхода, о видах и технологиях клиентоориентированного сервиса, а также формирование навыков работы с клиентами.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- обучение и усвоение основных теоретических положений курса и ключевых понятий;
- изучение содержания и факторов, влияющих на организацию клиентоориентированного сервиса;
- анализ структуры и технологии организации клиентоориентированного сервиса;
- рассмотрение способов организации клиентоориентированного сервиса на предприятиях;
- изучение алгоритма организации клиентоориентированного сервиса на предприятии;
- рассмотрение особенностей планирования клиентоориентированного сервиса на разных сервисных предприятиях;
- обеспечения особенностей и направлений развития клиентоориентированного сервиса;
- формирование информационных и иных технологий для применения их в организации клиентоориентированного сервиса.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	
ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	основы клиентоориентированной коммуникации устанавливать и поддерживать контакты с клиентами навыками построения и введения эффективной коммуникации
ДПК-5: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности	

ДПК-5: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности	виды и особенности программ лояльности клиентов разрабатывать программы лояльности потребителей инструментами мотивации и стимулирования продаж
ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	
ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	содержание и последовательность осуществления договорной работы; выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение навыками выбора деловых партнеров, проведение с ними деловых переговоров, заключение договоров
ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	
ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	этапы организации обслуживания клиентов на предприятии использовать инновационные приемы, методы, технологии продаж современными стандартами обслуживания клиентов

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=24770>.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1,17 (42)	
занятия лекционного типа	0,5 (18)	
практические занятия	0,67 (24)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,83 (66)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Модуль1.Теоретические основы клиентоориентированности									
	1. Клиентоориентированный сервис: понятие, сущность, составляющие и особенности	2							
	2. Клиентоориентированный сервис: понятие, сущность, составляющие и особенности			2					
	3. Клиентоориентированный сервис: понятие, сущность, составляющие и особенности							7	
	4. История возникновения и развития клиентоориентированности	2							
	5. История возникновения и развития клиентоориентированности			2					
	6. История возникновения и развития клиентоориентированности							7	
	7. Типология клиентов и их диагностика	2							
	8. Типология клиентов и их диагностика			2					

9. Типология клиентов и их диагностика							7	
10. Технологии организации клиентоориентированного сервиса	2							
11. Технологии организации клиентоориентированного сервиса			2					
12. Технологии организации клиентоориентированного сервиса							7	
2. Модуль 2. Применение клиентоориентированного сервиса								
1. Лояльность потребителей и принципы ее формирования	2							
2. Лояльность потребителей и принципы ее формирования			2					
3. Лояльность потребителей и принципы ее формирования							7	
4. Разработка программ лояльности клиентов	2							
5. Разработка программ лояльности клиентов			2					
6. Разработка программ лояльности клиентов							7	
7. CRM-система управления взаимоотношения с клиентами	2							
8. CRM-система управления взаимоотношения с клиентами			4					
9. CRM-система управления взаимоотношения с клиентами							8	
10. Работа с рекламациями и жалобами клиентов	2							
11. Работа с рекламациями и жалобами клиентов			4					
12. Работа с рекламациями и жалобами клиентов							8	
13. Показатели оценки клиентоориентированности	2							

14. Показатели оценки клиентоориентированности			4					
15. Показатели оценки клиентоориентированности							8	
Всего	18		24				66	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Кулинар. ин-т Америки Безупречный сервис: книга о том, как привлечь и удержать гостей, - для официантов, менеджеров и владельцев ресторанов(Москва: Ресторанные ведомости).
2. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей: учебник (СПб.: Питер).
3. Земляк С. В., Гусарова О. М., Кондрашов В. М., Степанова С. А., Жильцов Д. А., Жильцова О. Н., Лапшова О. А., Никитас Д. В., Савченко Ю. Ю., Старцева Н. В., Шеломенцева М. В., Яшенкова Н. А. Управление продажами: Учебник(Москва: Вузовский учебник).
4. Драганчук Л.С. Поведение потребителей: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
5. Иванов В. Н. Защита прав потребителя: законодательные акты, правила обслуживания, практические советы, образцы документов для обращения в суд(Москва: ЦИТАДЕЛЬ).
6. Шавровская М. Н. Клиентоориентированность персонала: формирование и оценка: автореф. дис. ... канд. экон. наук(Омск).
7. Багаев А. Н. Школа продаж. Как завоевать клиента(Ростов н/Д: Феникс).
8. Барлоу Д., Мёллер К. Жалоба - это подарок. Как сохранить лояльность клиентов в сложных ситуациях: [перевод с английского](Москва: Альпина Паблишер).
9. Свириденко Ю. П., Хмелев В. В. Сервисная деятельность: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
10. Сервис в России и за рубежом, 2018, № Том 12. 1(79): сетевой научный журнал(Москва: Российский государственный университет туризма и сервиса).
11. Сервис в России и за рубежом, 2018, № Том 12. 2(80): сетевой научный журнал(Москва: Российский государственный университет туризма и сервиса).
12. Карпычева О.В Поведение потребителей: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...38.03.02.04 Маркетинг](Красноярск: СФУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;

- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов
Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Обучающимся обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечным системам:
2. Библиотека учебной и научной литературы: <http://www.i-u.ru/biblio>
3. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>
4. ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>
5. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znanium.com>
6. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>
7. Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>
8. Электронный каталог НБ СФУ

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).