

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

Б1.В.ДВ.01.01 Клиентоориентированный сервис

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)

38.03.06 Торговое дело

Форма обучения

очная

Год набора

2023

Красноярск 2023

## **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  |
|---|--|
| <b>ПК-12: Способен организовывать и осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий</b> |  |
| ПК-12.1: способен организовывать продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий                     | клиентоориентированные технологии<br>применять клиентоориентированные технологии, соответствующие требованиям потребителей технологиями клиентоориентированного подхода, при удовлетворении различных типов клиентов:  |
| <b>ПК-14: Способен на основе изучения спроса обеспечить взаимодействие с субъектами товаропроизводящей сети</b>           |  |
| ПК-14.2: способен определять план мероприятий, направленных на продвижение товаров торгового предприятия                  | - методы оценки целевых показателей: опрос клиентов предприятия сферы торговли и сервиса;<br>- анализировать, применять целевых показателей: опрос клиентов предприятия сферы торговли и сервиса<br>- навыками работы CRM-система управления взаимоотношения с клиентами |

|   |  |
|---|--|
| <b>ПК-16: Способен проводить исследования в информационно-коммуникационной сети "Интернет"</b>  |  |
| ПК-16.2: способен проводить исследование и мониторинг пользователей в информационно-коммуникационной сети "Интернет"                                  | основные понятия и этапы развития клиентоориентированного сервиса<br>использовать коммуникативные навыки клиентоориентированного подхода для проведения исследований в информационно-коммуникационной сети Интернет<br>применять клиентоориентированный подход для исследования и мониторинга в информационной сети ИНТЕРНЕТ               |
| <b>ПК-4: Способен разрабатывать и обосновывать решения в части деятельности, относящейся к сфере торговли и услуг</b>                                 |  |
| ПК-4.1: способен проводить сбор и анализ информации для формирования возможных решений, направленных на повышение эффективности торговой деятельности | работу с рекламациями и жалобами клиентов, направленных на повышение эффективности торговой деятельности;<br>анализировать и оценивать жалобы клиентов для формирования возможных решений, направленных на повышение эффективности торговой деятельности;;<br>навыками работы с рекламациями и жалобами клиентов в сфере торговли и услуг; |
| ПК-4.2: способен обосновывать решения с точки зрения достижения целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг                   | - методы оценки целевых показателей: опрос клиентов предприятия сферы торговли и сервиса<br>- анализировать, применять целевых показателей: опрос клиентов предприятия сферы торговли и сервиса<br>- навыками работы CRM-система управления взаимоотношения с клиентами  |

#### **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,<br>зачетных<br>единиц<br>(акад. час) | е |
|--|---|---|
|  |   | 1 |
| <b>Контактная работа с преподавателем:</b> | <b>1 (36)</b>                               |   |
| занятия лекционного типа                   | 0,5 (18)                                    |   |
| лабораторные работы                        | 0,5 (18)                                    |   |
| <b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> | <b>1 (36)</b>                               |   |
| 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.    |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |
|---|---|--------------------------------|--------------------------|---|--------------------------|--|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| №<br>п/п  | Модули, темы (разделы) дисциплины   | Занятия<br>лекционного<br>типа |                          | Занятия семинарского типа                 |                          |  |                          | Самостоятельная<br>работа, ак. час. |                          |
|   |   |                                |                          | Семинары и/или<br>Практические<br>занятия |                          | Лабораторные<br>работы и/или<br>Практикумы |                          |                                     |                          |
|   |   | Всего                          | В том<br>числе в<br>ЭИОС | Всего                                     | В том<br>числе в<br>ЭИОС | Всего                                      | В том<br>числе в<br>ЭИОС | Всего                               | В том<br>числе в<br>ЭИОС |
| <b>1. Модуль 1. Теоретические основы клиентоориентированности</b> |   |                                |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |
|   | 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 |                                |                          |   |                          |  |                          | 4                                   |                          |
|   | 4. История возникновения и развития клиентоориентированности                    | 2                              |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |
|   | 5. История возникновения и развития клиентоориентированности                    |                                |                          |   |                          | 2  |                          |                                     |                          |
|   | 6. История возникновения и развития клиентоориентированности                    |                                |                          |   |                          |  |                          | 4                                   |                          |
|   | 7. Типология клиентов и их диагностика  | 2                              |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |
|   | 8. Типология клиентов и их диагностика  |                                |                          |   |                          | 2  |                          |                                     |                          |

|  |   |  |  |  |   |  |   |  |
|--|---|--|--|--|---|--|---|--|
| 9. Типология клиентов и их диагностика                         |   |  |  |  |   |  | 4 |  |
| 10. Технологии организации клиентоориентированного сервиса     | 2 |  |  |  |   |  |   |  |
| 11. Технологии организации клиентоориентированного сервиса     |   |  |  |  | 2 |  |   |  |
| 12. Технологии организации клиентоориентированного сервиса     |   |  |  |  |   |  | 4 |  |
| 13. Лояльность потребителей и принципы ее формирования         | 2 |  |  |  |   |  |   |  |
| 14. Лояльность потребителей и принципы ее формирования         |   |  |  |  | 2 |  |   |  |
| 15. Лояльность потребителей и принципы ее формирования         |   |  |  |  |   |  | 4 |  |
| <b>2. Модуль 2. Применение клиентоориентированного сервиса</b> |   |  |  |  |   |  |   |  |
| 1. Разработка программ лояльности клиентов                     | 2 |  |  |  |   |  |   |  |
| 2. Разработка программ лояльности клиентов                     |   |  |  |  | 2 |  |   |  |
| 3. Разработка программ лояльности клиентов                     |   |  |  |  |   |  | 4 |  |
| 4. CRM- система управления взаимоотношений с клиентами         | 2 |  |  |  |   |  |   |  |
| 5. CRM- система управления взаимоотношений с клиентами         |   |  |  |  | 2 |  |   |  |
| 6. CRM- система управления взаимоотношений с клиентами         |   |  |  |  |   |  | 4 |  |
| 7. Работа с рекламациями и жалобами клиентов                   | 2 |  |  |  |   |  |   |  |
| 8. Работа с рекламациями и жалобами клиентов                   |   |  |  |  | 2 |  |   |  |
| 9. Работа с рекламациями и жалобами клиентов                   |   |  |  |  |   |  | 4 |  |
| 10. Показатели оценки клиентоориентированности                 | 2 |  |  |  |   |  |   |  |

|  |    |  |  |  |    |  |    |  |
|--|----|--|--|--|----|--|----|--|
| 11. Показатели оценки клиентоориентированности |    |  |  |  | 2  |  |    |  |
| 12. Показатели оценки клиентоориентированности |    |  |  |  |    |  | 4  |  |
| Всего  | 18 |  |  |  | 18 |  | 36 |  |



## **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 Пабlishер).
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. 2(80): сетевой научный журнал(Москва: Российский государственный университет туризма и сервиса).
11. 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) Лицензиат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицензиат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицензиат 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.znaniium.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).