

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

Б1.В.ДВ.03.02 Анализ и проектирование траекторий
Customer map

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, Алешина Ольга Геннадьевна;

_____ должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Обучение студентов основополагающим навыкам и умениям в сфере анализа, разработки и проектирования траекторий Customer map, а также формирование процессного мышления студента на всех этапах анализа и проектирования продаж в сфере торговли и услуг

1.2 Задачи изучения дисциплины

овладения и применение теоретических знаний и практических навыков в области управления клиентским опытом и выстраивания коммуникаций с клиентами

- планирование оптимальных средств установления контактов с потенциальными потребителями и воздействия на их решение о покупке;

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 |
|--|---|
| ПК-11: Способен осуществлять консультирование в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд | |
| ПК-11.1: способен осуществлять анализ рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд | объясняет основы анализа рынка в области закупок для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд характеризует методологию анализа рынка в области предмета закупок для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд организует поиск требуемой информации для проведения анализа рынка предмета в области закупок государственных, муниципальных и корпоративных нужд оценивает информацию для проведения анализа рынка предмета в области закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд Навыками сбора необходимой информации и использования ее для анализа рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд Навыками осуществления анализа рынка предмета закупок для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд |

| | |
|---|---|
| ПК-11.2: способен проводить консультирование по процедуре закупки для государственных, муниципальных и | описывает процедуры закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд, в чем состоят различия между процедурами для проведения консультирования по данному вопросу характеризует критерии используемые в процедурах |
| корпоративных нужд | для проведения консультирования по размещению заказов закупок государственных, муниципальных и корпоративных нужд организует процесс консультирования по вопросам процедуры закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд отбирает критерии оценки закупок государственных, муниципальных и корпоративных нужд Характеризует приемы консультирования по вопросам процедуры закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд Описывает практические навыки консультирования по видам процедур закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд |
| ПК-16: Способен проводить исследования в информационно-коммуникационной сети "Интернет" | |
| ПК-16.2: способен проводить исследование и мониторинг пользователей в информационно-коммуникационной сети "Интернет" | описывает процесс исследования потребителей продукции конкурентов в информационно-коммуникационной сети "Интернет" составляет рекомендации по ведению конкурентной борьбы на основе собраной в информационно-коммуникационной сети "Интернет" информации о поведении потребителей и конкурентов организует мониторинг и сбор информации о потребителях продукции конкурентов в информационно-коммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-4: Способен разрабатывать и обосновывать решения в части деятельности, относящейся к сфере торговли и услуг | |

| | |
|--|---|
| <p>ПК-4.1: способен проводить сбор и анализ информации для формирования возможных решений, направленных на повышение эффективности торговой деятельности</p> | <p>Объясняет основы сбора анализа информации возможных решений направленных на повышение эффективности торговой деятельности Характеризует способы и методы сбор, анализа информации возможных решений направленных на повышение эффективности торговой деятельности Анализирует информацию для возможных решений направленных на повышение эффективности торговой деятельности Отбирает методы сбора анализа информации возможных решений направленных на повышение эффективности торговой деятельности Характеризует методику сбора анализа информации возможных решений направленных на повышение эффективности торговой деятельности Организует сбор и анализ информации возможных решений направленных на повышение</p> |
| | <p>эффективности торговой деятельности</p> |
| <p>ПК-4.2: способен обосновывать решения с точки зрения достижения целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг</p> | <p>Описывает основы целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг Излагает методику обоснования целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг для обоснования решений профессиональных задач предприятий сферы торговли и услуг Отбирает целевые показатели деятельности предприятий сферы торговли и услуг для обоснования решений профессиональных задач Обобщает и анализирует целевые показатели деятельности предприятий сферы торговли и услуг для обоснования решений профессиональных задач Обосновывает целевые показатели деятельности предприятий сферы торговли и услуг для обоснования решений профессиональных задач Оценивает информацию о целевых показателях деятельности предприятий сферы торговли и услуг для обоснования решений профессиональных задач</p> |

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

| Вид учебной работы | Всего, зачетных единиц (акад.час) | е |
|--|--|---|
| | | 1 |
| Контактная работа с преподавателем: | 1,28 (46) | |
| занятия лекционного типа | 0,5 (18) | |
| практические занятия | 0,28 (10) | |
| лабораторные работы | 0,5 (18) | |
| Самостоятельная работа обучающихся: | 0,72 (26) | |
| 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. Основные инструменты клиентских исследований и методология дизайн-мышления | | | | | | | | | |
| | 1. Основные инструменты клиентских исследований и методология дизайн-мышления | 2 | | | | | | | |
| | 2. Основные инструменты клиентских исследований и методология дизайн-мышления | | | | | 2 | | | |
| | 3. Основные инструменты клиентских исследований и методология дизайн-мышления | | | | | | | 2 | |
| 2. Что такое Customer Journey Map (CJM) и в чем ее ценность | | | | | | | | | |
| | 1. Что такое Customer Journey Map (CJM) и в чем ее ценность | 2 | | | | | | | |
| | 2. Что такое Customer Journey Map (CJM) и в чем ее ценность | | | | | 2 | | | |
| | 3. Что такое Customer Journey Map (CJM) и в чем ее ценность | | | | | | | 2 | |
| 3. Customer Journey Map - анализ взаимодействия клиента с продуктами | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|----|--|----|--|----|--|----|--|
| 1. Customer Journey Map - анализ взаимодействия клиента с продуктами | 2 | | | | | | | |
| 2. Customer Journey Map - анализ взаимодействия клиента с продуктами | | | | | 2 | | | |
| 3. Customer Journey Map - анализ взаимодействия клиента с продуктами | | | 4 | | | | | |
| 4. Customer Journey Map - анализ взаимодействия клиента с продуктами | | | | | | | 2 | |
| 4. Проектирование Customer Journey Map | | | | | | | | |
| 1. Проектирование Customer Journey Map | 4 | | | | | | | |
| 2. Проектирование Customer Journey Map | | | | | 6 | | | |
| 3. Проектирование Customer Journey Map | | | 6 | | | | | |
| 4. Проектирование Customer Journey Map | | | | | | | 2 | |
| 5. Системный конкурентный анализ | | | | | | | | |
| 1. Системный конкурентный анализ | 2 | | | | | | | |
| 2. Системный конкурентный анализ | | | | | 4 | | | |
| 3. Системный конкурентный анализ | | | | | | | 6 | |
| 6. Customer Development Развитие клиента | | | | | | | | |
| 1. Законодательство РФ в сфере закупок для государственных и Customer Development Развитие клиента муниципальных нужд | | | | | 2 | | | |
| 2. Customer Development Развитие клиента | 6 | | | | | | | |
| 3. Законодательство РФ в сфере закупок для государственных и муниципальных нужд | | | | | | | 12 | |
| Всего | 18 | | 10 | | 18 | | 26 | |

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Елиферов В. Г., Репин В. В. Бизнес-процессы: Регламентация и управление: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
2. Винарский Я. С., Гутгарц Р.Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: Практическое пособие Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
3. Воловиков Б. П. Маркетинговые инструменты формирования концепции инновационного продукта/Микроэкономика, №2, 2013(Москва: Институт микроэкономики).
4. Гойхман О.Я., Гончарова Л.М. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").

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. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ (Росстата) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru
3. сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.economy.gov.ru
4. сайт Министерства промышленности и торговли Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minpromtorg.gov.ru>
5. Образовательно-справочный сайт по экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economicus.ru>

6. ИАС «Статистика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ias-stat.ru>
7. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
8. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.znanium.com>
9. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

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 магистров, 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).

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего назначения.