

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 10.04.2024 14:43:45
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

_____ 2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: **Организация и управление взаимоотношениями
с контрагентами и клиентами**

направление подготовки: **43.03.01 Сервис**

направленность (профиль): **Экономика сервисного предприятия и
организация постпродажного обслуживания**

форма обучения: **очная, заочная**

Рабочая программа разработана по направлению 43.03.01 «Сервис», направленность (профиль) «Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания».

Заведующий кафедрой

Е. А. Корякина

Рабочую программу разработал:

Н.П. Шевелева, доцент, канд. техн. наук, доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины «Организация и управление взаимоотношениями с контрагентами и клиентами» – получение студентами комплексных знаний и практических навыков администрирования процессов и документооборота по управлению процессами поиска, дифференциации и организации работы с клиентами и контрагентами на основе современных технологий с целью повышения прибыли компании.

Задачи дисциплины:

- получение представления о подходах и технологиях работы с контрагентами и клиентами в современных экономических условиях с учетом отраслевой и профессиональной специфики;
- изучение принципов организации работы с контрагентами и клиентами, сбора, обработки и хранения информации о них, дифференциации клиентов и контрагентов;
- формирование навыков использования современных технологий управления процессом работы с контрагентами и клиентами;
- формирование навыков взаимодействия и персонализации контрагентов и клиентов с целью повышения прибыли компании.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация и управление взаимоотношениями с контрагентами и клиентами» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины/модуля являются:

знание: методов сбора, хранения и обработки информации о контрагентах и клиентах; нормативно-правовые и методические основы организации и управления процессами постпродажного обслуживания и сервиса в части взаимоотношений с контрагентами и клиентами; принципов и методов анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса.

умения: использовать передовые методы организации и управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами; устранять и предупреждать проблемы, принимать управленческие решения по организации взаимоотношений с контрагентами и клиентами; использовать современные информационно-аналитические системы и телекоммуникационные технологии для эффективного решения профессиональных задач.

владение: навыками разработки разделов договоров поставки и купли-продажи промышленной продукции в части определения условий постпродажного обслуживания и сервиса с контрагентами и клиентами; навыками сбора, обобщения, систематизации и анализа требований потребителей к постпродажному обслуживанию и сервису; разработки стратегии развития организации; консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса

Содержание дисциплины «Организация и управление взаимоотношениями с контрагентами и клиентами» является логическим продолжением содержания «Экономика сервисного предприятия», «Организация постпродажного обслуживания и сервиса» и служит основой для прохождения преддипломной практики и подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
ПКС-2 Способен организовывать и осуществлять управление договорной и рекламационной работой в части организации и документирования процессов постпродажного обслуживания и сервиса	ПКС-2.1. Обосновано использует нормативно-правовые и методические основы организации и управления процессами постпродажного обслуживания, сервиса и осуществления договорной и рекламационной работы, основы правового регулирования отношений в области защиты прав потребителей, возникающих в процессе постпродажного обслуживания и сервиса, а также проектирования процесса оказания услуг	Знать: З1 - нормативно-правовые и методические основы организации и управления процессами постпродажного обслуживания и сервиса в части взаимоотношений с контрагентами и клиентами
		Уметь: У1 - использовать в процессе осуществления профессиональной деятельности методы организации и управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами
		Владеть: В1 – навыками устранять и предупреждать проблемы, принимать управленческие решения по организации взаимоотношений с контрагентами и клиентами
	ПКС-2.2. Использует передовые методы проектирования процесса оказания услуг по постпродажному обслуживанию и сервису, организации и управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами в части организации процессов постпродажного обслуживания и сервиса	Знать: З2 - передовые методы организации и управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами
		Уметь: У2 - использовать передовые методы организации и управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами в части организации процессов постпродажного обслуживания и сервиса
		Владеть: В2 – передовыми методами организации и управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами в части организации процессов постпродажного обслуживания и сервиса
ПКС-2.4. – Выполняет администрирование, документационное сопровождение и диагностику эффективности проектирования и процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами с учетом действующего законодательства в области защиты прав потребителей, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: З3 – знать правовую основу, методы и инструменты администрирования, диагностики и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	
	Уметь: У3 – подбирать методы и программные продукты для эффективного администрирования и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	
ПКС-7 Способен собирать, структурировать и анализировать информацию о состоянии рынка постпродажных услуг с учетом отраслевых и региональных особенностей	ПКС-7.1. Осуществляет мониторинг, систематизирует и анализирует целевую информацию о состоянии рынка постпродажных услуг с учетом отраслевых и региональных особенностей, требованиях потребителей к постпродажному обслуживанию и сервису, об условиях постпродажного	Знать: З4 - принципы и методы анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса
		Уметь: У4 - использовать современные информационно-аналитические системы и телекоммуникационные

особенностей, об условиях постпродажного обслуживания и сервиса с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса	обслуживания и сервиса с использованием информационных технологий	технологии для эффективного решения профессиональных задач
		Владеть: В4 - навыками сбора, обобщения, систематизации и анализа требований потребителей к постпродажному обслуживанию и сервису с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса
	ПКС-7.3. Подготавливает предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса с учетом научных принципов и методов анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса	Знать: 35 - принципы построения стратегий развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса
		Уметь: У5 – использовать научные принципы и методы анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса
		Владеть: В5 - Владеть навыками разработки разделов договоров поставки и купли-продажи промышленной продукции в части определения условий постпродажного обслуживания и сервиса с контрагентами и клиентами

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины/модуля составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
очная	4/8	20	20	-	68	-	зачет
заочная	5/10	8	10	-	86	4	зачет

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины/модуля		Аудиторные занятия, час.				СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.	контроль				
1	1	Понятие и цели и задачи взаимодействия с клиентами и контрагентами сервисного предприятия	4	4	-		13	21	ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Тест

2	2	Современные корпоративные информационные системы (CRM-системы) по работе с клиентами и контрагентами	4	4	-		13	21	ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Тест, работа с текстовыми источниками
3	3	Организация управления лояльностью клиентов и контрагентов	4	4	-		13	21	ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Тест, Творческое задание
4	4	Организация работы с персоналом по повышению эффективности взаимодействия с клиентами и контрагентами	4	4	-		13	21	ПКС-2.1. ПКС-2.2. ПКС-2.4. ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Тест, расчетно-аналитическое задание
5	5	Взаимодействие с клиентами и контрагентами сервисного предприятия	4	4	-		16	24	ПКС-2.1. ПКС-2.2. ПКС-2.4. ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Тест, деловая игра
6	зачет		-	-	-		-	-	ПКС-2.1. ПКС-2.2. ПКС-2.4. ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Вопросы к зачету
Итого:			20	20			68	108		

заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины/модуля		Аудиторные занятия, час.				СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.	контроль				
1	1	Понятие и цели и задачи взаимодействия с клиентами и контрагентами сервисного предприятия	2	2	-		18	22	ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Тест
2	2	Современные корпоративные информационные системы (CRM-системы) по работе с клиентами и контрагентами	2	2	-		18	22	ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Тест, работа с текстовыми источниками
3	3	Организация управления лояльностью	2	2	-		18	22	ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Тест, Творческое задание

		клиентов и контрагентов								
4	4	Организация работы с персоналом по повышению эффективности взаимодействия с клиентами и контрагентами	1	2	-		18	21	ПКС-2.1. ПКС-2.2. ПКС-2.4. ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Тест, расчетно-аналитическое задание
5	5	Взаимодействие с клиентами и контрагентами сервисного предприятия	1	2	-		18	21	ПКС-2.1. ПКС-2.2. ПКС-2.4. ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Тест, деловая игра
6		зачет	-	-	-		-	-	ПКС-2.1. ПКС-2.2. ПКС-2.4. ПКС-7.1. ПКС-7.3.	Вопросы к зачету
Итого:			8	10			90	108		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Понятие и цели и задачи взаимодействия с клиентами и контрагентами сервисного предприятия». Понятия «взаимодействия с клиентами и контрагентами». Цели взаимодействия с клиентами и контрагентами сервисного предприятия. Система взаимодействия с клиентами и контрагентами на предприятии, её компоненты: сбор, обработка и хранение информации о контрагентах и клиентах, идентификация и персонализация контрагентов и клиентов.

Раздел 2. «Современные корпоративные информационные системы (CRM-системы) по работе с клиентами и контрагентами». Понятие CRM-систем как инструмента взаимодействия с клиентами в современной маркетинговой деятельности; функциональные возможности CRM-систем; практические задачи, решаемые CRM-системой, в маркетинговой деятельности; преимущества CRM-системы;

Раздел 3. «Организация управления лояльностью клиентов и контрагентов». Понятие лояльности клиентов и контрагентов. Программы управления лояльностью клиентов и контрагентов. Методы повышения лояльности клиентов. Измерение степени удовлетворенности клиентов и контрагентов. Понятие оттока клиентов. Методы работы с оттоком клиентов.

Раздел 4. «Организация работы с персоналом по повышению эффективности взаимодействия с клиентами и контрагентами». Основы корпоративной культуры. Call-центры и Contact-центры как ключевой канал взаимодействия в рамках CRM. Особенности управления отношениями «служащий – клиент». Алгоритм построения системы реагирования на жалобы и рекламации. Этапы эффективного проведения переговоров. Правила взаимодействия с партнерами.

Раздел 5. «Взаимодействие с клиентами и контрагентами сервисного предприятия». Разработки разделов договоров поставки и купли-продажи промышленной продукции в части определения условий постпродажного обслуживания и сервиса с контрагентами и клиентами

Разработка стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса. Организация и управление процессами постпродажного обслуживания (установки и монтажа, пусконаладочных работ, технического обслуживания, гарантийного и послегарантийного ремонта, модернизации, утилизации, интегрированной логистической поддержки) промышленной продукции различного назначения и сервисной поддержки (информационной, консультационной, технической) ее потребителей

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.		Тема лекции
		ОФО	ЗФО	
1	1	4	2	Понятие и цели и задачи взаимодействия с клиентами и контрагентами сервисного предприятия
2	2	4	2	Современные корпоративные информационные системы (CRM-системы) по работе с клиентами и контрагентами
3	3	4	2	Организация управления лояльностью клиентов и контрагентов
4	4	4	1	Организация работы с персоналом по повышению эффективности взаимодействия с клиентами и контрагентами
5	5	4	1	Взаимодействие с клиентами и контрагентами сервисного предприятия
Итого:		20	8	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.		Тема лекции
		ОФО	ЗФО	
1	1	4	2	Понятие и цели и задачи взаимодействия с клиентами и контрагентами сервисного предприятия
2	2	4	2	Современные корпоративные информационные системы (CRM-системы) по работе с клиентами и контрагентами
3	3	4	2	Организация управления лояльностью клиентов и контрагентов
4	4	4	2	Организация работы с персоналом по повышению эффективности взаимодействия с клиентами и контрагентами
5	5	4	2	Взаимодействие с клиентами и контрагентами сервисного предприятия
Итого:		20	10	

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.4

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.		Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО		
1	1	13	18	Понятие и цели и задачи взаимодействия с клиентами и контрагентами сервисного предприятия	Подготовка к тесту
2	2	13	18	Современные корпоративные информационные системы (CRM-системы) по работе с клиентами и контрагентами	Подготовка к практическим занятиям и тесту

3	3	13	18	Организация управления лояльностью клиентов и контрагентов	Подготовка к практическим занятиям и тесту
4	4	13	18	Организация работы с персоналом по повышению эффективности взаимодействия с клиентами и контрагентами	Подготовка к практическим занятиям и тесту
5	5	16	18	Взаимодействие с клиентами и контрагентами сервисного предприятия	Подготовка к практическим занятиям и тесту
	1-5				Подготовка к зачету
Итого:		68	90		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- информационно-коммуникационные технологии (визуализация учебного материала в MS Power Point в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- технологии коллективного взаимодействия (работа в малых группах (практические занятия);
- репродуктивные технологии (разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

Контрольная работа предполагает развернутое освещение (4-7 страниц) теоретического вопроса в соответствии с назначенным вариантом и выполнение практического задания.

Теоретические вопросы:

1. Понятие и цели и задачи взаимодействия с клиентами и контрагентами сервисного предприятия.
2. Система взаимодействия с клиентами и контрагентами на предприятии, её компоненты.
3. Сбор, обработка и хранение информации о контрагентах и клиентах.
4. Идентификация и персонализация контрагентов и клиентов.
5. Современные корпоративные информационные системы (CRM-системы) по работе с клиентами и контрагентами.
6. Методы сбора информации о клиентах и контрагентах сервисного предприятия.
7. Сегментация целевой аудитории.
8. Виды клиентских данных (количественные и качественные). Профиль клиента и контрагента.
9. Хранение и обработка данных о клиентах и контрагентах сервисного предприятия.
10. Представление и экспорт информации о клиентах и контрагентах сервисного предприятия.
11. Идентификация, дифференциация и персонализация клиентов и контрагента сервисного предприятия.
12. Дифференциация клиентов и контрагента сервисного предприятия.
13. Персонализация клиентов и контрагента сервисного предприятия.
14. Взаимодействие с клиентами и контрагентами сервисного предприятия.
15. Основы корпоративной культуры. Правила взаимодействия с партнерами.
16. Разработки разделов договоров поставки и купли-продажи промышленной продукции в части определения условий постпродажного обслуживания и сервиса с контрагентами и клиентами.
17. Разработка стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса.

18. Организация и управление процессами постпродажного обслуживания промышленной продукции различного назначения и сервисной поддержки ее потребителей.

Практическое задание:

Проанализировать положение по работе с клиентами компании в которой работает или проходит практику обучающийся. Сделать выводы о наличии и особенностях основных пунктов данного положения. Сформулировать рекомендации по его возможному совершенствованию.

8. Оценка результатов освоения дисциплины/модуля

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
1	Работа с текстовыми источниками	0 – 8
2	Тестирование №1	0 – 22
ИТОГО за первую текущую аттестацию		0 – 30
2 текущая аттестация		
4	Творческое задание	0 – 8
5	Тестирование №2	0 – 22
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		0 – 30
3 текущая аттестация		
7	Расчетно-аналитическое задание	0 – 8
8	Деловая игра	0 – 8
9	Тестирование №3	0 – 24
ИТОГО за третью текущую аттестацию		0 – 40
ВСЕГО		0 – 100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Тестирование	60
2	Выполнение практических работ	40
ВСЕГО		100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/модуля

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);

- ЭБС «Перспектив»;
- ЭБС «Консультант студент».

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин, практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
1	Организация и управление взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	<p>Лекционные занятия:</p> <p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации,</p> <p>Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p> <p>Практические занятия:</p> <p>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации,</p> <p>Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д. 70
			625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д. 70

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

Важной формой самостоятельной работы студента является систематическая и планомерная подготовка к практическому занятию. После лекции студент должен познакомиться с планом практических занятий и списком обязательной и дополнительной литературы, которую необходимо прочитать, изучить и законспектировать. Разъяснение по вопросам новой темы студенты получают у преподавателя в конце предыдущего практического занятия.

Подготовка к практическому занятию требует, прежде всего, чтения рекомендуемых источников и монографических работ. Важным этапом в самостоятельной работе студента является повторение материала по конспекту лекции. Одна из главных составляющих внеаудиторной подготовки – работа с книгой. Она предполагает: внимательное прочтение, критическое осмысление содержания, обоснование собственной позиции по дискуссионным

моментам, постановки интересных вопросов, которые могут стать предметом обсуждения на практическом занятии.

В начале практического занятия должен присутствовать организационный момент и вступительная часть. Преподаватель произносит краткую вступительную речь, где формулируются основные вопросы и проблемы, способы их решения в процессе работы.

В конце каждой темы подводятся итоги, предлагаются темы докладов, выносятся вопросы для самоподготовки. Как средство контроля и учета знаний студентов в течение семестра проводятся контрольные работы.

Практические занятия являются одной из важнейших форм обучения студентов: они позволяют студентам закрепить, углубить и конкретизировать знания по курсу алгебры и теории чисел, подготовиться к научно-исследовательской деятельности. В процессе работы на практических занятиях обучающийся должен совершенствовать умения и навыки самостоятельного анализа источников и научной литературы, что необходимо для научно-исследовательской работы.

Усвоенный материал необходимо научиться применять при решении практических задач.

Успешному осуществлению внеаудиторной самостоятельной работы способствуют тестирования. Они обеспечивают непосредственную связь между студентом и преподавателем (по ним преподаватель судит о трудностях, возникающих у студентов в ходе учебного процесса, о степени усвоения предмета, о помощи, какую надо указать, чтобы устранить пробелы в знаниях); они используются для осуществления контрольных функций.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа является одной из важнейших форм изучения любой дисциплины. Она позволяет систематизировать и углубить теоретические знания, закрепить умения и навыки, способствует развитию умений пользоваться научной и учебно-методической литературой. Познавательная деятельность в процессе самостоятельной работы требует от студента высокого уровня активности и самоорганизованности.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов представляет собой логическое продолжение аудиторных занятий. Затраты времени на выполнение этой работы регламентируются рабочим учебным планом. Режим работы выбирает сам обучающийся в зависимости от своих способностей и конкретных условий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Самостоятельная работа включает в себя работу с конспектом лекций, изучение и конспектирование рекомендуемой литературы, подготовка мультимедиа-сообщений/докладов, подготовка реферата, тестирование, решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, научно-исследовательскую работу и др.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по

дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Работа на лекции – это сложный процесс, который включает в себя такие элементы как слушание, осмысление и, собственно, конспектирование. Для того, чтобы лекция выполнила свое назначение, важно подготовиться к ней и ее записи еще до прихода преподавателя в аудиторию, поскольку в первые минуты лекции объявляется тема лекции, формулируется ее основная цель. Без этого дальнейшее восприятие лекции становится сложным. Важно научиться слушать преподавателя во время лекции. Здесь не следует путать такие понятия как слышать и слушать. Слушание лекции состоит из нескольких этапов, начиная от слышания (первый шаг в процессе осмысленного слушания) и заканчивая оценкой сказанного.

Чтобы процесс слушания стал более эффективным, нужно разделять качество общения с лектором, научиться поддерживать непрерывное внимание к выступающему. Для оптимизации процесса слушания следует:

1. научиться выделять основные положения. Нельзя понять и запомнить все, что говорит выступающий, однако можно выделить основные моменты. Для этого необходимо обращать внимание на вводные слова, словосочетания, фразы, которые используются, как правило, для перехода к новым положениям, выводам и обобщениям;

2. во время лекции осуществлять поэтапный анализ и обобщение, услышанного. Необходимо постоянно анализировать и обобщать положения, раскрываемые в речи говорящего. Стараясь представить материал обобщенно, мы готовим надежную базу для экономной, свернутой его записи. Делать это лучше всего по этапам, ориентируясь на момент логического завершения одного вопроса (подвопроса, тезиса и т.д.) и перехода к другому;

3. готовность слушать выступление лектора до конца.

Слушание является лишь одним из элементов хорошего усвоения лекционного материала.

Поток информации, который сообщается во время лекции необходимо фиксировать, записывать – научиться вести конспект лекции, где формулировались бы наиболее важные моменты, основные положения, излагаемые лектором. Для ведения конспекта лекции следует использовать тетрадь. Ведение конспекта на листочках не рекомендуется, поскольку они не так удобны в использовании и часто теряются. При оформлении конспекта лекции необходимо оставлять поля, где студент может записать свои собственные мысли, возникающие параллельно с мыслями, высказанными лектором, а также вопросы, которые могут возникнуть в процессе слушания, чтобы получить на них ответы при самостоятельной проработке материала лекции, при изучении рекомендованной литературы или непосредственно у преподавателя в конце лекции.

Составляя конспект лекции, следует оставлять значительный интервал между строчками. Это связано с тем, что иногда возникает необходимость вписать в первоначальный текст лекции одну или несколько строчек, имеющих принципиальное значение и почерпнутых из других источников. Расстояние между строками необходимо также для подчеркивания слов или целых групп слов (такое подчеркивание вызывается необходимостью привлечь внимание к данному месту в тексте при повторном чтении). Обычно подчеркивают определения, выводы.

Главным отличием конспекта лекции от текста является свертывание текста. При ведении конспекта удаляются отдельные слова или части текста, которые не выражают значимую информацию, а развернутые обороты речи заменяют более лаконичными или же синонимичными словосочетаниями. При конспектировании основную информацию следует записывать подробно, а дополнительные и вспомогательные сведения, примеры – очень кратко. Особенно важные моменты лекции, на которые следует обратить особое внимание лектор, как правило, читает в замедленном темпе, что позволяет сделать их запись дословной. Также важно полностью

без всяких изменений вносить в тетрадь схемы, таблицы, чертежи и т.п., если они предполагаются в лекции. Для того, чтобы совместить механическую запись с почти дословным фиксированием наиболее важных положений, можно использовать системы условных сокращений. В первую очередь сокращаются длинные слова и те, что повторяются в речи лектора чаще всего. При этом само сокращение должно быть по возможности кратким.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Организация и управление взаимоотношениями с контрагентами и клиентами

Код, направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): **Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания**

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-2	ПКС-2.1. Обосновано использует нормативно-правовые и методические основы организации управления процессами постпродажного обслуживания, сервиса и осуществления договорной и рекламационной работы, основы правового регулирования отношений в области защиты прав потребителей, возникающих в процессе постпродажного обслуживания и сервиса, а также проектирования процесса оказания услуг	Знать: З1 - нормативно-правовые и методические основы организации и управления процессами постпродажного обслуживания и сервиса в части взаимоотношений с контрагентами и клиентами	Не знает нормативно-правовые и методические основы организации и управления процессами постпродажного обслуживания и сервиса в части взаимоотношений с контрагентами и клиентами	Демонстрирует отдельные знания нормативно-правовых и методических основ организации и управления процессами постпродажного обслуживания и сервиса в части взаимоотношений с контрагентами и клиентами	Демонстрирует достаточные знания нормативно-правовых и методических основ организации и управления процессами постпродажного обслуживания и сервиса в части взаимоотношений с контрагентами и клиентами	Демонстрирует исчерпывающие знания нормативно-правовых и методических основ организации и управления процессами постпродажного обслуживания и сервиса в части взаимоотношений с контрагентами и клиентами
		Уметь: У1 - использовать передовые методы организации и управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Не умеет использовать передовые методы организации и управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Испытывает затруднения в умении использовать передовые методы организации и управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Умеет использовать передовые методы организации и управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Умеет в совершенстве использовать передовые методы организации и управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами
		Владеть: В1 – навыками устранять и предупреждать проблемы, принимать управленческие решения по организации взаимоотношений с контрагентами и клиентами	Не владеет навыками устранять и предупреждать проблемы, принимать управленческие решения по организации взаимоотношений с контрагентами и клиентами	Не уверенно владеет навыками устранять и предупреждать проблемы, принимать управленческие решения по организации взаимоотношений с контрагентами и клиентами	Владеет навыками устранять и предупреждать проблемы, принимать управленческие решения по организации взаимоотношений с контрагентами и клиентами	В совершенстве владеет навыками устранять и предупреждать проблемы, принимать управленческие решения по организации взаимоотношений с контрагентами и клиентами

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
	ПКС-2.4. – Выполняет администрирование, документационное сопровождение и диагностику эффективности проектирования и процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами с учетом действующего законодательства в области защиты прав потребителей, имеющихся ресурсов ограничений	Знать: 32 – знать правовую основу, методы и инструменты администрирования, диагностики и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Не знает правовую основу, методы и инструменты администрирования, диагностики и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Демонстрирует отдельные знания правовой основы, методов и инструментов администрирования, диагностики и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Демонстрирует достаточные знания правовой основы, методов и инструментов администрирования, диагностики и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Демонстрирует исчерпывающие знания правовой основы, методов и инструментов администрирования, диагностики и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами
		Уметь: У2 – подбирать методы и программные продукты для эффективного администрирования и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Не умеет подбирать методы и программные продукты для эффективного администрирования и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Испытывает затруднения подбирать методы и программные продукты для эффективного администрирования и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Умеет разрабатывать подбирать методы и программные продукты для эффективного администрирования и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами	Умеет в совершенстве подбирать методы и программные продукты для эффективного администрирования и сопровождения процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		Владеть: В2 – владеть методами администрирования, диагностики и проектирования процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами, с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.	Не владеет методами администрирования, диагностики и проектирования процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами, с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.	Не уверенно владеет методами администрирования, диагностики и проектирования процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами, с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.	Владеет методами администрирования, диагностики и проектирования процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами, с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.	В совершенстве владеет методами администрирования, диагностики и проектирования процессов постпродажного обслуживания и сервиса, управления взаимоотношениями с контрагентами и клиентами, с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.
ПКС-7	ПКС-7.1. Осуществляет мониторинг, систематизирует и анализирует целевую информацию о состоянии рынка постпродажных услуг с учетом отраслевых и региональных особенностей, требованиях потребителей к постпродажному обслуживанию и сервису, об условиях постпродажного обслуживания и сервиса с использованием информационных технологий	Знать: З3 - принципы и методы анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса	Не знает принципы и методы анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса	Демонстрирует отдельные знания принципов и методов анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса	Демонстрирует достаточные знания принципов и методов анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса	Демонстрирует исчерпывающие знания принципов и методов анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		<p>Уметь:</p> <p>У3 - использовать современные информационно-аналитические системы и телекоммуникационные технологии для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>Не умеет использовать современные информационно-аналитические системы и телекоммуникационные технологии для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>Испытывает затруднения в умении использовать современные информационно-аналитические системы и телекоммуникационные технологии для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>Умеет использовать современные информационно-аналитические системы и телекоммуникационные технологии для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>Умеет в совершенстве использовать современные информационно-аналитические системы и телекоммуникационные технологии для эффективного решения профессиональных задач</p>
		<p>Владеть:</p> <p>В3 - навыками сбора, обобщения, систематизации и анализа требований потребителей к постпродажному обслуживанию и сервису с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса</p>	<p>Не владеет навыками разработки и обоснования предложений по модернизации систем управления производством и внедрения перспективных технологий производства и управления взаимоотношениями с клиентами</p>	<p>Не уверенно владеет навыками разработки и обоснования предложений по модернизации систем управления производством и внедрения перспективных технологий производства и управления взаимоотношениями с клиентами</p>	<p>Владеет навыками разработки и обоснования предложений по модернизации систем управления производством и внедрения перспективных технологий производства и управления взаимоотношениями с клиентами, допуская ряд неточностей</p>	<p>В совершенстве владеет навыками разработки и обоснования предложений по модернизации систем управления производством и внедрения перспективных технологий производства и управления взаимоотношениями с клиентами</p>
	<p>ПКС-7.3. Подготавливает предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью разработки стратегии развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса с учетом</p>	<p>Знать:</p> <p>34 - принципы построения стратегий развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса</p>	<p>Не знает принципы построения стратегий развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса</p>	<p>Демонстрирует отдельные знания принципов построения стратегий развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса</p>	<p>Демонстрирует достаточные знания принципов построения стратегий развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса</p>	<p>Демонстрирует исчерпывающие знания принципов построения стратегий развития организации и консультирования потребителей по вопросам организации постпродажного обслуживания и сервиса</p>

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
	научных принципов и методов анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса	Уметь: У4 – использовать научные принципы и методы анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса	Не умеет использовать научные принципы и методы анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса	Испытывает затруднения в умении использовать научные принципы и методы анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса	Умеет использовать научные принципы и методы анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса	Умеет в совершенстве использовать научные принципы и методы анализа информации об условиях постпродажного обслуживания и сервиса
		Владеть: В4 - Владеть навыками разработки разделов договоров поставки и купли-продажи промышленной продукции в части определения условий постпродажного обслуживания и сервиса с контрагентами и клиентами	Не владеет навыками разработки разделов договоров поставки и купли-продажи промышленной продукции в части определения условий постпродажного обслуживания и сервиса с контрагентами и клиентами	Не уверенно владеет навыками разработки разделов договоров поставки и купли-продажи промышленной продукции в части определения условий постпродажного обслуживания и сервиса с контрагентами и клиентами	Владеет навыками разработки разделов договоров поставки и купли-продажи промышленной продукции в части определения условий постпродажного обслуживания и сервиса с контрагентами и клиентами	В совершенстве владеет навыками разработки разделов договоров поставки и купли-продажи промышленной продукции в части определения условий постпродажного обслуживания и сервиса с контрагентами и клиентами

КАРТА обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Организация и управление взаимоотношениями с контрагентами и клиентами

Код, направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Кузьмина, Евгения Евгеньевна. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учебное пособие для бакалавров : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080301 "Коммерция (торговое дело)" / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина. - Москва : Юрайт, 2013. - 475 с.	25+ Неограниченный доступ	15	100	https://www.biblio-online.ru/
2	Казакова, Наталия Александровна. Управленческий анализ. Комплексный анализ и диагностика предпринимательской деятельности [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Финансы и кредит", "Налоги и налогообложение" / Н. А. Казакова. - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 260 с.	25	15	100	-
3	Голубева, Татьяна Михайловна. Основы предпринимательской деятельности [Текст] : учебное пособие для студентов образовательных учреждений СПО / Т. М. Голубева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ФОРУМ, 2014. - 270 с.	25	15	100	-