

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 27.04.2024 16:10:37  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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

**УТВЕРЖДАЮ**  
Председатель КСН



М.Л. Белоношко

« 15 » июня 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Клиентоориентированные технологии

направление подготовки: 43.03.01 Сервис

направленность: Экономика сервисного предприятия и организация  
постпродажного обслуживания

форма обучения: очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 08.06.2020 г. и требованиями ОПОП ВО 43.03.01 Сервис направленность Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания к результатам освоения дисциплины.

Рабочая программа рассмотрена  
на заседании кафедры ЭОП

Протокол № 11 от «15» июня 2020 г.

Заведующий кафедрой



Е. А. Корякина

Рабочую программу разработал:

С.Г.Симонов, профессор, д.с.н., к.э.н., профессор



## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – приобретение студентами необходимых знаний в области разработки и использования клиентоориентированных технологий и методов оценки их эффективности.

Задачами курса является:

- обсуждение вопросов теоретических и нормативно-правовых основы исследования клиентоориентированности;
- выявление роли и места клиентоориентированных технологий (CRM), их эволюции, сущности, видов и методов;
- изучение процесса разработки CRM-стратегии;
- анализ процесса создания ценности для клиента;
- исследование процесса многоканальной интеграции клиента и компании-поставщика;
- анализ процесса управления информацией о клиентах;
- определение оценки эффективности клиентоориентированных технологий;
- экспресс-анализ информационных технологий управления взаимоотношениями с клиентами и перспектив развития клиентоориентированных технологий.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Клиентоориентированные технологии» относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знание:

нормативно-правовых и методических основ применения клиентоориентированных технологий в организации и управлении процессами постпродажного обслуживания и сервиса, а также проектирования процесса оказания услуг; принципов клиентоориентированности сервиса, жизненного цикла взаимоотношений с клиентами; функций коммуникации во взаимоотношениях с потребителями и клиентами; методов применения клиентоориентированных технологий во взаимоотношениях с потребителями и клиентами; каналы взаимодействия клиента с компанией;

умения:

управлять взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом предприятия с учетом требований клиентоориентированности бизнеса; создавать коммуникативные материалы, разрабатывать и оценивать рентабельность инициатив в области клиентоориентированных технологий (CRM); организовать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации;

владение:

терминологией в области клиентоориентированных технологий; навыками применения клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг в соответствии с действующими требованиями гражданского законодательства; методами оценки эффективности использования клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг; методикой оценки менеджмента клиентов (СМАТ) сервисных предприятий.

Содержание дисциплины «Экономическая безопасность сервисных предприятий» является логическим продолжением содержания дисциплин «Основы сервисной деятельности», «Менеджмент и маркетинг в сервисе», «Экономика сервисного предприятия», «Организация и управление взаимоотношениями с контрагентами и клиентами».

### 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине
ПКС-2. Способен организовывать и осуществлять управление договорной и рекламационной работой в части организации и документирования процессов постпродажного обслуживания и сервиса	Знать: ПКС-2. 32. - нормативно-правовые и методические основы организации и управления процессами постпродажного обслуживания и сервиса, а также проектирования процесса оказания услуг  ПКС-2.33. - нормативно-методические основы технического обслуживания и ремонта выпускаемой продукции, перспективы технического развития продукции	Знает: ПКС-2.32.3 - нормативно-правовые и методические основы применения клиентоориентированных технологий в организации и управлении процессами постпродажного обслуживания и сервиса, а также проектирования процесса оказания услуг ПКС-2. 33.2 - нормативно-методические основы применения клиентоориентированных технологий при осуществлении технического обслуживания и ремонта выпускаемой продукции; сущность, принципы клиентоориентированности сервиса, жизненный цикл взаимоотношений с клиентами
	Уметь: ПКС-2У2. - использовать передовые методы проектирования процесса оказания услуг по постпродажному обслуживанию и сервису;	Умеет: ПКС-2У2.2 - применять основные типы клиентоориентированных технологий (операциональный, аналитический, совместный) при проектировании процесса оказания услуг по постпродажному обслуживанию и сервису
	ПКС-2.В3. - навыками применения нормативно-методических основ технического обслуживания и ремонта выпускаемой продукции и перспектив технического развития продукции при проектировании процесса оказания услуг	Владеет: ПКС-2.В3.2 - навыками применения клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг в соответствии с действующими требованиями гражданского законодательства

		ПКС-2.В3.3 - методами оценки эффективности использования клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг
ПКС-4. Способен разрабатывать и обосновывать предложения по модернизации систем управления производством, внедрению перспективных технологий производства и управления взаимоотношениями с клиентами в целях реализации стратегии организации, обеспечения эффективности производства и повышения качества выпускаемой продукции	Знать: ПКС-4.32. - технико-экономические основы организации производства, технологических процессов и режимов производства; передовой отечественный и зарубежный опыт в сфере проектирования процесса оказания услуг; порядок и методы технико-экономического анализа, текущего и перспективного производственного планирования	Знает: ПКС-4.32.3 - основы и функции коммуникации во взаимоотношениях с потребителями и клиентами; ПКС-2.32.4 - принципы и методы применения клиентоориентированных технологий во взаимоотношениях с потребителями и клиентами; каналы взаимодействия клиента с компанией
	Уметь: ПКС-4 У4. - выполнять технико-экономические расчеты, необходимые в том числе при формировании организационно-экономических разделов технической документации для освоения технологических процессов, подготовки производства, серийного выпуска инновационной продукции и разработки системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом на предприятии	Умеет: ПКС-4.У4.2 - создавать системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом предприятия с учетом требований клиентоориентированности бизнеса; ПКС-4.У4.3 - создавать коммуникативные материалы, разрабатывать и оценивать рентабельность инициатив в области клиентоориентированных технологий (CRM); ПКС-4.У4.4 - организовать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации
	Владеть: ПКС-4.В4. - навыками подготовки, экономической оценки и экспертизы прогнозов, проектов, перспективных и текущих планов производства и реализации продукции; проведения маркетинговых исследований по изучению спроса на продукцию организации, перспектив развития рынков сбыта в части своих полномочий; создания системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом на предприятии	Владеет: ПКС-4.В4.2 - навыками организации коммуникационного процесса на предприятии с использованием клиентоориентированных технологий; ПКС-4.В4.3 - навыками создания системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом на предприятии; ПКС-4.В4.4 - методикой оценки менеджмента клиентов (СМАТ)

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
очная	2/4	32	16	-	60	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.				
1	1	Теоретические и нормативно-правовые основы исследования клиентоориентированности	4	2	-	8	14	ПКС-2 3.2.	Тест
2	2	Клиентоориентированные технологии (CRM): эволюция, сущность, виды и методы	4	2	-	8	14	ПКС-2 3.3 ПКС-4 3.2	Тест, типовой расчет
3	3	Процесс разработки CRM-стратегии	4	2	-	8	14	ПКС-4 В.4 ПКС-4 У.4	Тест, типовой расчет
4	4	Процесс создания ценности для клиента	4	2	-	6	12	ПКС-2 У.2 ПКС-4 В.4	Тест, практическое задание
5	5	Процесс многоканальной интеграции клиента и компании-поставщика	4	2	-	7	13	ПКС-4 У4	Тест, практическое задание
6	6	Процесс управления информацией о клиентах	4	2		8	14	ПКС-4 У.4	Тест, практическое задание
7	7	Процесс оценки эффективности клиентоориентированных технологий	4	2		8	14	ПКС-2 В.3	Тест, практическое задание
8	8	Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами. Перспективы развития клиентоориентированных технологий	4	2		7	13	ПКС-4 В.4	Тест, практическое задание
Итого:			32	16		60	108		

### 5.2. Содержание дисциплины.

#### 5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Теоретические и нормативно-правовые основы исследования клиентоориентированности». Клиентоориентированность как философия бизнеса. Клиентоориентированность сотрудников и клиентоориентированность компании. Клиентоориентированный бизнес. Сервис в процессе обслуживания. Система управления продажами и обслуживанием. Инфраструктура клиентоориентированного бизнеса. Брендинг сервиса. Концепции совершенствования товара, интенсификации коммерческих усилий и маркетинга как альтернативы концепции клиентоориентированности. Эффективность клиентоориентированности. Формула NPS (индекс приверженности). Алгоритм внедрения клиентоориентированности в компанию.

Раздел 2. «Клиентоориентированные технологии (CRM): эволюция, сущность, виды и методы». Этапы эволюции клиентоориентированных технологий: зарубежный экскурс. История возникновения и развития подхода CRM в России. Сущность и принципы концепции клиентоориентированных технологий (CRM). Характеристика основных типов CRM. Базовые компоненты CRM-системы. Формы проявления CRM на рынке.

Раздел 3. «Процесс разработки CRM-стратегии». Содержание процесса разработки CRM-стратегии и характеристика ее составных частей. Бизнес-стратегия как часть процесса развития стратегии CRM. Бизнес-видение и его элементы. Отраслевые и конкурентные характеристики процесса разработки CRM-стратегии. Модель отраслевого анализа. Модель общих стратегий. Модель лидеров рынка. Стратегия лидерства по издержкам. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусирования. Стратегия лидерства по операциям. Стратегия лидерства по продукту. Стратегия близости к клиенту. Клиентская стратегия.

Раздел 4. «Процесс создания ценности для клиента». Ценность, получаемая клиентом, и элементы процесса ее создания. Предложение клиенту со стороны компании как комплексный набор обещаний ценности. Основное и расширенное предложение клиенту. Модель дополнительных услуг клиенту. Выстраивание взаимоотношений, прибавляющих ценность клиенту. «Лестница лояльности клиентов». Роль «террористов». Участие бренда в образовании ценности для клиента. Предложение ценности и способы ее определения клиентами. Экономика привлечения клиентов. Каналы привлечения клиентов. Экономика удержания клиентов.

Раздел 5. «Процесс многоканальной интеграции клиента и компании-поставщика». Сущность процесса многоканальной интеграции. Роль процесса многоканальной интеграции в рамках управления взаимоотношениями с клиентами. Участники, опции и категории (типы) каналов. Место и роль посредников в создании ценности для клиента, их ориентация. Дезинтермедиация. Реинтермедиация. Общие черты и функции типов каналов. Интеграция и категории каналов. Жизненный цикл взаимоотношений с клиентами. Построение многоканальной стратегии. Постановка целей многоканальной стратегии. Экономика каналов. Выработка стратегии управления интегрированными каналами. Планирование стратегии каналов.

Раздел 6. «Процесс управления информацией о клиентах». Главные технологические компоненты процесса управления информацией о клиентах. Технические препятствия на пути клиентоориентированных технологий. Репозиторий данных о клиентах. Обычное и операционное хранилище данных о клиентах. Варианты CRM-стратегии в отношении репозитория данных о клиентах: тактическая база данных о клиентах и система поддержки принятия решений, витрины данных о клиентах, корпоративное хранилище данных о клиентах, интегрированные CRM-решения. Аналитические средства для эффективного использования хранилища данных о клиентах. Анализ сегментации рынка. Группировка по родственным признакам. Управление текучестью кадров. Профилирование клиентов. Анализ рентабельности. Информационные системы как базы данных о клиентах и их место в разработке эффективной стратегии CRM. Выбор компьютерного оборудования.

Раздел 7. «Процесс оценки эффективности клиентоориентированных технологий». Критерии и показатели эффективности CRM. Факторы, влияющие на эффективность CRM: увеличение ценности для стейкхолдеров и снижение издержек. Модель взаимосвязей («услуги-прибыль»). Финансовые показатели эффективности клиентоориентированных технологий (EVA, SVA, MVA, CFROI). Международные стандарты эффективности CRM: SMAT (оценка менеджмента клиентов), COPC (оценка эффективности операций по работе с клиентами). Метрики клиентов. Метрики человеческого фактора и процессов. Стратегическая метрика. Метрика сравнительной результативности стратегии CRM. Специальные метрики. Выбор ключевых показателей эффективности клиентоориентированных технологий. Сбалансированная карта показателей деятельности компании. Модели взаимосвязей и цепочка «услуги-прибыль». Создание системы мониторинга эффективности CRM. Стратегические

карты и карты успеха. Оценка рентабельности инвестиций в клиентоориентированные технологии.

Раздел 8. «Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами. Перспективы развития клиентоориентированных технологий». Динамика развития и основные тенденции мирового рынка клиентоориентированных технологий. Особенности российского рынка систем управления клиентской базой и его отличия от соответствующего западного рынка. Лидеры отечественного рынка систем управления клиентской базой. Распределение проектов внедрения CRM-систем по федеральным округам России и ее отраслям хозяйства. Критерии выбора CRM-системы. Совокупная стоимость владения CRM-системой и главные ее составляющие. Современные концепции управления взаимоотношениями с клиентами (СЕМ, СМР, Е-CRM, TRM). Тенденции развития клиентоориентированных технологий в РФ. Социальный CRM и его отличия от традиционных клиентоориентированных технологий. Модель SaaS.

### 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	
1	1	4	Теоретические и нормативно-правовые основы исследования клиентоориентированности
2	2	4	Клиентоориентированные технологии (CRM): эволюция, сущность, виды и методы
3	3	4	Процесс разработки CRM-стратегии
4	4	4	Процесс создания ценности для клиента
5	5	4	Процесс многоканальной интеграции клиента и компании-поставщика
6	6	4	Процесс управления информацией о клиентах
7	7	4	Процесс оценки эффективности клиентоориентированных технологий
8	8	4	Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами. Перспективы развития клиентоориентированных технологий
Итого:		32	

#### Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема практического занятия
		ОФО	
1	1	2	Теоретические и нормативно-правовые основы исследования клиентоориентированности
2	2	2	Клиентоориентированные технологии (CRM): эволюция, сущность, виды и методы
3	3	2	Процесс разработки CRM-стратегии
4	4	2	Процесс создания ценности для клиента
5	5	2	Процесс многоканальной интеграции клиента и компании-поставщика
6	6	2	Процесс управления информацией о клиентах
7	7	2	Процесс оценки эффективности клиентоориентированных технологий
8	8	2	Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами. Перспективы развития клиентоориентированных технологий
Итого:		16	



## 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		
1	1	8	Теоретические и нормативно-правовые основы исследования клиентоориентированности	Подготовка к практическим занятиям и тесту
2	2	8	Клиентоориентированные технологии (CRM): эволюция, сущность, виды и методы	Подготовка к практическим занятиям и тесту
3	3	8	Процесс разработки CRM-стратегии	Подготовка к тесту
4	4	6	Процесс создания ценности для клиента	Подготовка к практическим занятиям и тесту
5	5	7	Процесс многоканальной интеграции клиента и компании-поставщика	Подготовка к практическим занятиям и тесту
6	6	8	Процесс управления информацией о клиентах	Подготовка к практическим занятиям и тесту
7	7	8	Процесс оценки эффективности клиентоориентированных технологий	
8	8	7	Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами. Перспективы развития клиентоориентированных технологий	
Итого:		60		

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

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

## 6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

## 7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

## 8. Оценка результатов освоения дисциплины

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 таблицах 8.1. и 8.2.

Таблица 8.1

Текущий контроль		Промежуточная аттестация обучающихся (экзаменационная сессия)
1-я текущая аттестация <b>0-50 баллов</b>	2-я текущая аттестация <b>0-50 баллов</b>	не проводится (для обучающихся, набравших более 61 балла по результатам текущего контроля)

Таблица 8.2

№	Виды контрольных мероприятий	Баллы	№ недели
<b>1 семестр</b>			
1	Работа на практиках	0 – 20	1-5
2	Тест № 1	0 – 30	6
<b>ИТОГО (за раздел, тему)</b>		<b>0 – 50</b>	
3	Работа на практиках	0 – 30	7-11
4	Тест № 2	0 – 30	12
<b>ВСЕГО</b>		<b>0 – 100</b>	

## 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 «Перспект»;
- 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

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	-	Проектор Моноблок
2	-	Экран Колонки
3	-	Микрофон

## **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 интересующих 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: Клиентоориентированные технологии

Код, направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность: Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
ПКС-2	32.3 нормативно-правовые и методические основы применения клиентоориентированных технологий в организации и управлении процессами постпродажного обслуживания и сервиса, а также проектирования процесса оказания услуг	Не знает нормативно-правовые и методические основы применения клиентоориентированных технологий в организации и управлении процессами постпродажного обслуживания и сервиса, а также проектирования процесса оказания услуг	Демонстрирует знание отдельных нормативно-правовых и методических основ применения клиентоориентированных технологий в организации и управлении процессами постпродажного обслуживания и сервиса, а также проектирования процесса оказания услуг	Демонстрирует достаточные знания нормативно-правовых и методических основ применения клиентоориентированных технологий в организации и управлении процессами постпродажного обслуживания и сервиса, а также проектирования процесса оказания услуг	Демонстрирует исчерпывающие знания нормативно-правовых и методических основ применения клиентоориентированных технологий в организации и управлении процессами постпродажного обслуживания и сервиса, а также проектирования процесса оказания услуг
	33.2 нормативно-методические основы применения клиентоориентированных технологий при осуществлении технического обслуживания и ремонта выпускаемой продукции; сущность, принципы клиентоориентированности сервиса, жизненный цикл взаимоотношений с клиентами	Не знает нормативно-методические основы применения клиентоориентированных технологий при осуществлении технического обслуживания и ремонта выпускаемой продукции; сущность, принципы клиентоориентированности сервиса, жизненный цикл взаимоотношений с клиентами	Демонстрирует знание отдельных нормативно-методических основ применения клиентоориентированных технологий при осуществлении технического обслуживания и ремонта выпускаемой продукции; сущность, принципы клиентоориентированности сервиса, жизненный цикл взаимоотношений с клиентами	Демонстрирует достаточные знания нормативно-методических основ применения клиентоориентированных технологий при осуществлении технического обслуживания и ремонта выпускаемой продукции; сущность, принципы клиентоориентированности сервиса, жизненный цикл взаимоотношений с клиентами	Демонстрирует исчерпывающие знания нормативно-методических основ применения клиентоориентированных технологий при осуществлении технического обслуживания и ремонта выпускаемой продукции; сущность, принципы клиентоориентированности сервиса, жизненный цикл взаимоотношений с клиентами

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
	У2.2 - применять основные типы клиентоориентированных технологий (операционный, аналитический, совместный) при проектировании процесса оказания услуг по постпродажному обслуживанию и сервису	Не умеет применять основные типы клиентоориентированных технологий (операционный, аналитический, совместный) при проектировании процесса оказания услуг по постпродажному обслуживанию и сервису	Умеет применять отдельные типы клиентоориентированных технологий (операционный, аналитический, совместный) при проектировании процесса оказания услуг по постпродажному обслуживанию и сервису	Умеет применять основные типы клиентоориентированных технологий (операционный, аналитический, совместный) при проектировании процесса оказания услуг по постпродажному обслуживанию и сервису, а также собирать, анализировать и структурировать целевую о них информацию	В совершенстве умеет применять основные типы клиентоориентированных технологий (операционный, аналитический, совместный) при проектировании процесса оказания услуг по постпродажному обслуживанию и сервису, а также собирать, анализировать и структурировать целевую о них информацию
	В3.2 - навыками применения клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг в соответствии с действующими требованиями гражданского законодательства	Не владеет навыками применения клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг в соответствии с действующими требованиями гражданского законодательства	В целом владеет навыками применения клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг в соответствии с действующими требованиями гражданского законодательства	Хорошо владеет навыками применения клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг в соответствии с действующими требованиями гражданского законодательства	В совершенстве владеет навыками применения клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг в соответствии с действующими требованиями гражданского законодательства
	В3.3 - методами оценки эффективности использования клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг	Не владеет методами оценки эффективности использования клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг	В целом владеет методами оценки эффективности использования клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг	Хорошо владеет методами оценки эффективности использования клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг	В совершенстве владеет методами оценки эффективности использования клиентоориентированных технологий при проектировании процесса оказания услуг
ПКС-4	32.3 - основы и функции коммуникации во взаимоотношениях с потребителями и клиентами;	Не знает основ и функций коммуникации во взаимоотношениях с потребителями и клиентами;	Демонстрирует знание основ и отдельных функций коммуникации во взаимоотношениях с потребителями и клиентами;	Демонстрирует достаточные знания основ и функций коммуникации во взаимоотношениях с потребителями и клиентами;	Демонстрирует исчерпывающие знания основ и функций коммуникации во взаимоотношениях с потребителями и клиентами;



Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
	32.4 - принципы и методы применения клиентоориентированных технологий взаимоотношениях с потребителями и клиентами; каналы взаимодействия клиента с компанией	Не знает принципы и методы применения клиентоориентированных технологий взаимоотношениях с потребителями и клиентами; каналы взаимодействия клиента с компанией	Демонстрирует знание основных принципов и отдельных методов применения клиентоориентированных технологий взаимоотношениях с потребителями и клиентами; каналов взаимодействия клиента с компанией	Демонстрирует достаточные знания принципов и методов применения клиентоориентированных технологий взаимоотношениях с потребителями и клиентами; каналов взаимодействия клиента с компанией	Демонстрирует исчерпывающие знания принципов и методов применения клиентоориентированных технологий взаимоотношениях с потребителями и клиентами; каналов взаимодействия клиента с компанией
	У4.2 - создавать системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом предприятия с учетом требований клиентоориентированности бизнеса;	Не умеет создавать системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом предприятия с учетом требований клиентоориентированности бизнеса;	Умеет создавать отдельные системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом предприятия с учетом требований клиентоориентированности бизнеса;	Умеет создавать основные системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом предприятия с учетом требований клиентоориентированности бизнеса; собирать, анализировать и структурировать целевую о них информацию	В совершенстве умеет создавать системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом предприятия с учетом требований клиентоориентированности бизнеса; собирать, анализировать и структурировать целевую о них информацию
	У4.3 - создавать коммуникативные материалы, разрабатывать и оценивать рентабельность инициатив в области клиентоориентированных технологий (CRM)	Не умеет создавать коммуникативные материалы, разрабатывать и оценивать рентабельность инициатив в области клиентоориентированных технологий (CRM)	Умеет создавать отдельные коммуникативные материалы, разрабатывать и оценивать рентабельность инициатив в области клиентоориентированных технологий (CRM)	Умеет создавать многие коммуникативные материалы, разрабатывать и оценивать рентабельность инициатив в области клиентоориентированных технологий (CRM)	В совершенстве умеет создавать коммуникативные материалы, разрабатывать и оценивать рентабельность инициатив в области клиентоориентированных технологий (CRM)

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
	У4.4 - организовать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации	Не умеет организовать переговорный процесс	В целом умеет организовать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации	Хорошо умеет организовать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации	В совершенстве умеет организовать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации
	В4.2 - навыками организации коммуникационного процесса на предприятии с использованием клиентоориентированных технологий;	Не владеет навыками организации коммуникационного процесса на предприятии с использованием клиентоориентированных технологий;	Владеет отдельными навыками организации коммуникационного процесса на предприятии с использованием клиентоориентированных технологий;	Хорошо владеет навыками организации коммуникационного процесса на предприятии с использованием клиентоориентированных технологий;	В совершенстве владеет навыками организации коммуникационного процесса на предприятии с использованием клиентоориентированных технологий;
	В4.3 - навыками создания системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом на предприятии;	Не владеет навыками создания системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом на предприятии;	Владеет отдельными навыками создания системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом на предприятии;	Хорошо владеет навыками создания системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом на предприятии;	В совершенстве владеет навыками создания системы управления взаимоотношениями с потребителями и собственным персоналом на предприятии;
	В4.4 - методикой оценки менеджмента клиентов (СМАТ)	Не владеет методикой оценки менеджмента клиентов (СМАТ)	Владеет не в полной мере методикой оценки менеджмента клиентов (СМАТ)	Хорошо владеет методикой оценки менеджмента клиентов (СМАТ)	В совершенстве владеет методикой оценки менеджмента клиентов (СМАТ)

## КАРТА

## обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Клиентоориентированные технологии

Код, направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность: 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	Развитие клиентоориентированного менеджмента как фактора повышения эффективности деятельности предприятий сферы услуг [Текст]: учебное пособие/ Ширяева Т.Ю., Сорокина Л.А. – М.: Стандарты и качество. – 2019. – 240 с.	ЭР	25	100	+
2	Методология клиентоориентированности в системе развития услуг розничных торговых сетей [Текст]: учебник/ Валева Ю.С. – М.: Экономика. – 2019. – 150 с.	ЭР	25	100	+
3	Крюкова А.А. Клиентоориентированные системы (CRM) [Текст]: конспект лекций. Самара: ФГОБУ ВПО ПГУТИ. – 2018. – 236 с.	ЭР	25	100	+
4	Ингильери Л., Соломон М. Выдающийся сервис, отличная прибыль. Принципы достижения настоящей клиентоориентированности [Текст]: учебник. – М.: Манн, Иванов и Фербер. – 2016. – 224 с.	ЭР	25	100	+
5	Клиентоориентированный маркетинг [Текст]: учебное пособие/ Дражан Д.А., Кетова Н.П. – Ростов н/Д: изд-во «Содействие XXI век». – 2017. – 334 с.	ЭР	25	100	+
6	Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество [Текст]: учебник/ – М.: Альпина Бизнес Букс. – 2018. – 338 с.	ЭР	25	100	+
7	Симонов С.Г., Эпп Л.В. Формирование и развитие инфраструктуры потребительского рынка на уровне городской агломерации в странах Евразийского экономического союза [Текст]: монография. – Тюмень: ТИУ. – 2017. – 106 с.				

ЭР – электронный ресурс для автор. пользователей доступен через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

И.о. заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Е.А. Корякина

« 15 » июня 2020 г.

Директор БИК \_\_\_\_\_ Д.Х. Каюкова

« 10 » \_\_\_\_\_ 2020 г.

М.П.

