



УТВЕРЖДЕНО:
Ученым советом Высшей школы сервиса
Протокол № 6 от «30» октября 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ФТД.1 СОВРЕМЕННЫЙ КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС

Основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

по направлению подготовки: *43.03.01 Сервис*

на направленность (профиль): *Сервис жилой и коммерческой недвижимости*

Квалификация: *бакалавр*

Год начала подготовки 2024

Разработчик:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Доцент Высшей школы сервиса</i>	<i>к.э.н., Соколова А.П.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Ст.преп. Высшей школы сервиса</i>	<i>Кудров Ю.В.</i>

1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)



Дисциплина Б1.В.ФТД.1 «Современный клиентский сервис» относится к факультативной дисциплине вариативной части программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, профилю «Сервис жилой и коммерческой недвижимости».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с базовыми принципами формирования у обучающихся базовых теоретических знаний в области современного клиентского сервиса и его особенностей, развитие необходимых практических умений и навыков их применения в будущей профессиональной деятельности различных.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ПК-1 Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; в части индикаторов достижения компетенции ПК-1.3. (Оценивает возможность совершенствования системы клиентских отношений).

Общая трудоемкость освоения дисциплины «Современный клиентский сервис» составляет 2 зачетных единиц, 72 часов, продолжительностью один семестра на 1 курсе (2 семестр) для очной формы и на 1 курсе (2 семестр) для заочной формы обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекция с мультимедийными презентациями, практические занятия в форме интерактивного практического занятия с использованием компьютерной техники, самостоятельная работа обучающихся.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 16 часов, практические работы – 16 часов, самостоятельная работа студента – 36 часов, консультации – 2 часа и промежуточная аттестация – 2 часа.

Программой дисциплины, для заочной формы обучения предусмотрены лекционные занятия – 4 часа, практические работы – 8 часов, самостоятельная работа студента – 56 часов, консультации – 2 часа и промежуточная аттестация – 2 часа.

Целью изучения дисциплины «Современный клиентский сервис» является формирование у обучающихся базовых теоретических знаний в области современного клиентского сервиса и его особенностей, развитие необходимых практических умений и навыков их применения в будущей профессиональной деятельности различных предметных областях.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и защиты практических работ, контроль выполнения самостоятельной работы на семинарских занятиях в форме "Круглый стол" с презентацией, промежуточная аттестация в форме зачета во 2 семестре для очной и заочной форм обучения.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции, индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции, индикатора достижения компетенции)
1.	ПК-1	Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя в части:



		ПК-1.3. Оценивает возможность совершенствования системы клиентских отношений
--	--	--

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина Б1.В.ФТД.1 «Современный клиентский сервис» относится к факультативной дисциплине вариативной части программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, профилю «Сервис жилой и коммерческой недвижимости».

Изучение данной дисциплины базируется на знании школьной программы по гуманитарным и общественным предметам: история, обществоведение, а также дисциплине «Сервис-дизайн».

Изучение дисциплины «Современный клиентский сервис» должно способствовать развитию основных профессиональных компетенций, необходимых для изучения последующих дисциплин основной образовательной программы бакалавриата, 43.03.01. «Сервис», профилю «Сервис жилой и коммерческой недвижимости».

Формирование компетенции ПК-1 может начинаться в рамках данной дисциплины и заканчивается в дисциплине «Сервис-дизайн».

Основные положения дисциплины должны быть использованы при прохождении учебной практики.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц / 72 акад.часов.

№ п/п	Виды учебной деятельности	Семестры	
		Всего	2
1	Контактная работа обучающихся	36	36
	в том числе:	-	-
1.1.	Занятия лекционного типа	16	16
1.2.	Занятия семинарского типа, в том числе:	16	16
	Семинары		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	16	16
1.3.	Консультации	2	2
1.4.	Промежуточная аттестация		
2.	Самостоятельная работа обучающихся	36	36
3.	Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		зачет
		2	2
4	Общая трудоемкость час	72	72
	з.е.	2	2

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц / 72 акад.часов.



№ п/п	Виды учебной деятельности	Семестры	
		Всего	2
1	Контактная работа обучающихся	16	16
	в том числе:	-	-
1.1.	Занятия лекционного типа	4	4
1.2.	Занятия семинарского типа, в том числе:	8	8
	Семинары		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	8	8
1.3.	Консультации	2	2
1.4.	Промежуточная аттестация		
2.	Самостоятельная работа обучающихся	56	56
3.	Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	2	зачет 2
4	Общая трудоемкость час	72	72
	з.е.	2	2

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Разделы (блоки) дисциплины и виды занятий


Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
1,2	Роль клиентского сервиса в деятельности компании	1. Современный клиентский сервис и его особенности	2	Традиционная лекция	2	Семинар			4	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС
3,4		2. Управление претензиями клиента	2	Традиционная лекция	1	Семинар			5	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС. Подготовка к тестированию.
		Контрольная точка 1			1	Аудиторное тестирование				
5,6	Внедрение системы управления качественным сервисом	3. Внедрение качественного сервиса	2	Лекция-дискуссия	2	Круглый стол			4	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС.
7,8	Управление качеством сервисного поведения сотрудников	4. Формы внутренней и внешней оценки качества обслуживания клиентов	2	Лекция-дискуссия	1	Семинар			5	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС. Подготовка к устному

										опросу	
		Контрольная точка 2			1	Устный опрос					
9, 10	Потребительская лояльность. Привлечение и удержание клиентов	5. Факторы, влияющие на потребительскую лояльность и управление жизненным циклом клиента	2	Лекция-дискуссия	2	Семинар			4	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС	
11,12	Клиентоориентированность как конкурентное преимущество компании	6. Использование современных технологий в клиентском сервисе	2	Лекция-дискуссия	1	Семинар			5	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС. Подготовка к устному опросу.	
		Контрольная точка 3			1	Устный опрос					
13, 14	Технология создания и управления клиентской базой	7. Создание и аудит клиентской базы компании	2	Лекция-дискуссия	2	Семинар			4	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС	
15, 16		8. Технологии управления клиентской базой	2	Традиционная лекция	1	Семинар			5	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС. Подготовка к устному опросу	
		Контрольная точка 4.			1	Устный опрос					
Консультация студентов								2			
Промежуточная аттестация – зачет – 2 часа											

Для заочной формы обучения:

Номер курса/ семестр	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем						Консультации, академ. часов	Форма проведения консультации	СРО, академ. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, академ. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академ. часов	Форма проведения практического занятия						
1/2	Роль клиентского сервиса в деятельности компании	1. Современный клиентский сервис и его особенности	1	Традиционная лекция	1	Семинар			7	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС		
1/2		2. Управление претензиями клиента							7	Самостоятельное изучение материала, с использованием ЭБС. Подготовка к тестированию.		
		Контрольная точка 1			1	Аудиторное тестирование						
1/2	Внедрение системы управления качественным сервисом	3. Внедрение качественного сервиса	1	Лекция-дискуссия	1	Круглый стол			7	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС.		
1/2	Управление качеством сервисного поведения сотрудников	4. Формы внутренней и внешней оценки качества обслуживания клиентов							7	Самостоятельное изучение материала, с использованием ЭБС. Подготовка к устному опросу		
		Контрольная точка 2			1	Устный опрос						

1/2	Потребительская лояльность. Привлечение и удержание клиентов	5. Факторы, влияющие на потребительскую лояльность и управление жизненным циклом клиента	1	Лекция-дискуссия	1	Семинар			7	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС	
1/2	Клиентоориентированность как конкурентное преимущество компании	6. Использование современных технологий в клиентском сервисе							7	Самостоятельное изучение материала, с использованием ЭБС. Подготовка к устному опросу	
		Контрольная точка 3			1	Устный опрос					
1/2	Технология создания и управления клиентской базой	7. Создание и аудит клиентской базы компании	1	Лекция-дискуссия	1	Семинар			7	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС	
1/2		8. Технологии управления клиентской базой							7	Самостоятельное изучение материала, с использованием ЭБС. Подготовка к устному опросу	
		Контрольная точка 4.			1	Устный опрос					
Консультация студентов									2		
Промежуточная аттестация – зачет – 2 часа											

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		<i>Лист 10 из 33</i>

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч. (очная/заочная форма)	Учебно-методическое обеспечение
	Современный клиентский сервис и его особенности (4/7 часа(ов))	Основная литература <ol style="list-style-type: none"> Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитоновна. — 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 248 с. - ISBN 978-5-394-04914-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2084343 (дата обращения: 03.04.2024). – Режим доступа: по подписке. Руvenный, И. Я., Управление лояльностью потребителей : учебное пособие / И. Я. Руvenный, А. А. Аввакумов. — Москва : КноРус, 2022. — 165 с. — ISBN 978-5-406-08767-1. — URL: https://book.ru/book/941737 (дата обращения: 03.04.2024). — Текст : электронный. Даниленко, Н. Н., Сервисология : учебное пособие / Н. Н. Даниленко, Н. В. Рубцова. — Москва : КноРус, 2023. — 219 с. — ISBN 978-5-406-10503-0. — URL: https://book.ru/book/945914 (дата обращения: 03.04.2024). — Текст : электронный. Шоул, Д. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Шоул Д., Евстигнеева И., - 8-е изд., доп. и перераб - Москва : Альпина Пабли., 2016. - 342 с. ISBN 978-5-9614-5692-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/610283 Дополнительная литература <ol style="list-style-type: none"> Резник, Г. А. Сервисная деятельность :
	Управление претензиями клиента (5/7 часов)	
	Внедрение качественного сервиса (4/7 часа(ов))	
	Формы внутренней и внешней оценки качества обслуживания клиентов (5/7 часов)	
	Факторы, влияющие на потребительскую лояльность и управление жизненным циклом клиента (4/7 часа(ов))	
	Использование современных технологий в клиентском сервисе (5/7 часов)	
	Создание и аудит клиентской базы компании (4/7 часа(ов))	
	Технологии управления клиентской базой (5/7 часов)	

	<p>учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016211-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1241803</p> <p>2. Сервис Plus : научный журнал. - Москва : РГУТИС, 2023. - Т. 17, № 1 и 2. - 191 с. - ISSN 1993-7768. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2135408</p> <p>3. Козлова-Зубкова, Н. А., Сервис для лиц с особыми потребностями : учебник / Н. А. Козлова-Зубкова. — Москва : Русайнс, 2023. — 258 с. — ISBN 978-5-466-04262-7. — URL: https://book.ru/book/951644 (дата обращения: 03.04.2024). — Текст : электронный.</p> <p>4. Сервис: термины и понятия : словарь / под ред. О.Я. Гойхмана. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-014474-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1167070 (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.</p>
--	--

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции, индикатора достижения компетенции	Содержание компетенции (индикатора достижения компетенции)	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (индикатора достижения компетенции)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (индикатора достижения компетенции) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1.	ПК-1	Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя	Темы 1-8	Принципы и методы оценки эффективности работы системы клиентских отношений	Выявлять проблемы функционирования и ресурсы роста эффективности системы клиентских отношений	Навыками разработки рекомендаций по совершенствованию системы клиентских
	ПК-1.3. Оценивает возможность совершенствования системы клиентских отношений					



						отношений
--	--	--	--	--	--	-----------

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Знание принципов и методов оценки эффективности работы системы клиентских отношений. Умение выявлять проблемы функционирования и ресурсы роста эффективности системы клиентских отношений. Владение навыками разработки рекомендаций по совершенствованию системы клиентских отношений.	Тестирование, устный опрос	Студент демонстрирует знание принципов и методов оценки эффективности работы системы клиентских отношений. Студент демонстрирует умение выявлять проблемы функционирования и ресурсы роста эффективности системы клиентских отношений. Студент демонстрирует владение навыками разработки рекомендаций по совершенствованию системы клиентских отношений.	Закрепление способности оценивать возможность совершенствования системы клиентских отношений

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – устный ответ (опрос)

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

Баллы	Критерии оценивания	Показатели оценивания
9-10	– полно раскрыто содержание материала; – материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; – продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; – точно используется	– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, – знание основной и дополнительной литературы; – последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные



	<p>терминология;</p> <ul style="list-style-type: none">– показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;– продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;– ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;– продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;– продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;– допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию	<p>вопросы;</p> <ul style="list-style-type: none">– уверенно ориентируется в проблемных ситуациях;– демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала;– подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
7-8	<ul style="list-style-type: none">– вопросы излагаются систематизировано и последовательно;– продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;– продемонстрировано усвоение основной литературы.– ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:<ul style="list-style-type: none">– а) в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;– б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя;– в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает полное знание программного материала, основной и дополнительной литературы;– дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности;– правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций;– демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой



	легко исправляются по замечанию преподавателя	
5-6	<ul style="list-style-type: none">– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;– усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;– имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;– при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;– продемонстрировано усвоение основной литературы	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности;– при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения;– не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций;– подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
0	<ul style="list-style-type: none">– не раскрыто основное содержание учебного материала;– обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;– допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.– не сформированы компетенции, умения и навыки.	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине;– не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом;– не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Оценочная шкала устного ответа

Процентный интервал оценки	Баллы
менее 50%	0
51% - 70%	5-6
71% - 90%	7-8
90% - 100%	9-10

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		<i>Лист 15 из 33</i>

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	Оценка
выполнено верно заданий	9-10 баллов, если (90 – 100)% правильных ответов
	7-8 баллов, если (70 – 89)% правильных ответов
	5-6 баллов, если (50 – 69)% правильных ответов
	1-4 балла, если менее 50% правильных ответов

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Устный опрос

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	<ul style="list-style-type: none"> – полно раскрыто содержание материала; – материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; – продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; – точно используется терминология; – показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; – ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов; – продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; – продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы; – допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые 	<ul style="list-style-type: none"> – Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, – знание основной и дополнительной литературы; – последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы; – уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; – демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; – подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой



	исправляются по замечанию	
«4»	<ul style="list-style-type: none">– вопросы излагаются систематизировано и последовательно;– продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;– продемонстрировано усвоение основной литературы.– ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:<ul style="list-style-type: none">– а) в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;– б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя;– в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает полное знание– программного материала, основной и– дополнительной литературы;– дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности;– правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций;– демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	<ul style="list-style-type: none">– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;– усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;– имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;– при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;– продемонстрировано усвоение основной литературы	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает знание основного– материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности;– при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения;– не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций;– подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне



«2»	<p>– не раскрыто основное содержание учебного материала;</p> <p>– обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;</p> <p>– допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.</p> <p>– не сформированы компетенции, умения и навыки.</p>	<p>– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине;</p> <p>– не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом;</p> <p>– не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой</p>
-----	---	--

оценочная шкала устного ответа

Процентный интервал оценки	оценка
менее 50%	2
51% - 70%	3
71% - 85%	4
86% - 100%	5

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

номер недели семестр	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
4/2	Роль клиентского сервиса в деятельности компании	Тестирование	Тестирование состоит из 10 вопросов с несколькими вариантами ответов. 1 правильный ответ оценивается в 1 балл. Максимальное количество баллов за тестирование - 10.
8/2	Внедрение системы управления качественным сервисом. Управление качеством сервисного поведения сотрудников	Устный опрос	Опрос содержит 10 вопросов. 1 правильный ответ оценивается в 1 балл. Максимальное количество баллов за опрос - 10.
12/2.	Потребительская лояльность. Привлечение и удержание клиентов. Клиентоориентированность как конкурентное преимущество компании	Устный опрос	Опрос содержит 10 вопросов. 1 правильный ответ оценивается в 1 балл. Максимальное количество баллов за опрос - 10.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 18 из 33

17/2	Технология создания и управления клиентской базой	Устный опрос	Опрос содержит 10 вопросов. 1 правильный ответ оценивается в 1 балл. Максимальное количество баллов за опрос - 10.
------	---	--------------	--

7.3.1. Типовые контрольно-измерительные задания текущего контроля для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задания текущего контроля для реализуемой компетенции

- 1 **Теория потребительского поведения предлагает, что потребитель стремится максимизировать:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 разницу между общей и предельной полезностью
 - 2 общую полезность
 - 3 предельную полезность
 - 4 каждую из перечисленных величин
- 2 **Поведение потребителей – это:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 набор действий, предпринимаемых людьми при покупке и потреблении товаров (услуг)
 - 2 действия, предшествующие процессу покупки
 - 3 особая форма психологии, свойственная людям, часто совершающим покупки
 - 4 Ни один из вариантов не является верным
- 3 **Тип клиента «Круг» соответствует следующему описанию:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 Собран, сосредоточен, серьезен, прекрасно осведомлен
 - 2 Общителен, эмоционален, навязчив, доверчив, податлив
 - 3 Любопытен, смел, не уверен в себе, готов к открытиям и новинкам
 - 4 Самолюбив, самоуверен, придирчив, подчеркнута моден
- 4 **К компонентам ценности услуги не относятся:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 Основная и дополнительные услуги
 - 2 Сенсорные раздражители
 - 3 Цена в стоимостном выражении
 - 4 Новизна продукта
- 5 **Ценность услуги, персонала, имиджа компании и сервиса относят к:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 Ценности, воспринимаемой клиентом
 - 2 Общим издержкам
 - 3 Общим ценностям
 - 4 Внутренние присущие признаки услуги
- 6 **Воспринимаемый риск и беспокойство относят к:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 Сенсорным раздражителям
 - 2 Физическим усилиям
 - 3 Психологическим тратам



- 4 Экономии времени при потреблении услуги
- 7 **Майндсетсы в сервис-дизайне – это:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 процесс формирования образа целостного предмета, непосредственно воздействующего на анализаторы
- 2 побуждение к действию и неотъемлемая часть любого профессионального и личностного роста
- 3 набор правил, убеждений, подходов, которыми человек руководствуется при принятии решений
- 4 устоявшаяся форма бытия человека в мире, находящая своё выражение в его деятельности, интересах, убеждениях
- 8 **Инфраструктура как компонент сервис-дизайна включает в себя:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 Сотрудники компании
- 2 Веб-страница сайта компании
- 3 Процедура оказания услуги
- 4 Решение вопроса через службу поддержки компании
- 9 **Путь клиента в сервис-дизайне – это:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 это процесс формирования имиджа **бренда** в течение длительного периода через образование добавочной ценности, эмоционального либо рационального «обещания» торговой марки
- 2 конкретная экономическая ситуация на данный момент на определённом **рынке** товаров (услуг) или в отдельной отрасли экономики.
- 3 сбор, классификация и анализ информации о ситуации на рынке: ценах, конкурентах, пользователях и других.
- 4 активный исследовательский процесс, который проходит покупатель на пути от возникновения задачи, которую нужно решить до покупки, которая ему в этом поможет.
- 10 **Эмоциональный интеллект – это:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 Система суждений, которая используется для анализа вещей с критической точки зрения и событий с формулированием обоснованных выводов и позволяет выносить обоснованные оценки, интерпретации, а также корректно применять полученные результаты
- 2 способность распознавать эмоции, намерения, мотивацию, желания свои и других людей и управлять этим
- 3 Качество психики, состоящее из способности осознавать новые ситуации, способности к обучению и запоминанию на основе опыта, пониманию и применению абстрактных концепций, и использованию своих знаний для управления окружающей человека средой.
- 4 Состояние психической жизни организма, выражающееся в субъективном переживании событий внешнего мира и, а также в отчёте об этих событиях и ответной реакции на эти события
- 11 **В сервис-дизайне Customer Journey Map – это:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 все точки контакта потребителя с продуктом или брендом с момента первого соприкосновения



- 2 это портреты пользователей, каждый из которых представляет определенную модель поведения
- 3 макет, который имитирует взаимодействие пользователя с интерфейсом проекта
- 4 Генерирование идеи предоставления услуги, прогнозирование ее основных ресурсов, разработка стратегии маркетинга
- 12 Прототипирование в сервис-дизайне – это:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 активное содействие удовлетворению индивидуальных и коллективных потребностей людей в различных сферах повседневной жизни через производство материальных и духовных благ
- 2 карта, отображающая действия клиента, его мысли, эмоции и проблемы, с которыми он сталкивается
- 3 ряд действий, которые являются инструментами для производства ценности, они могут создать ценность, но сами не являются самостоятельной ценностью
- 4 макет, который имитирует взаимодействие пользователя с интерфейсом проекта
- 13 Осознаваемая человеком необходимость иметь что-либо для поддержания жизнедеятельности и развития - это:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 желание
- 2 сознание
- 3 потребность
- 4 мотивация
- 14 Внутренне состояние человека, которое связано с его настроением в конкретный момент - это:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 эмоция
- 2 потребность
- 3 чувство
- 4 мысль
- 15 Согласно пирамиде потребностей А.Маслоу, человеческие потребности, относящиеся к потребностям высшего уровня, называются:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 физиологическими
- 2 духовными
- 3 экзистенциальными
- 4 социальными

Контрольно-измерительные материалы по блоку «Роль клиентского сервиса в деятельности компании» (Контрольная точка 1)

Вопросы для подготовки к тестированию обучающихся

1. К профессиональным услугам относят:
- инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования.
 - банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные услуги**
 - телевидение, радио, образование, культура
2. Услуга государственного сервиса является:
- непроизводственной, коммерческой, реальной, стандартизированной



- b) производственной, коммерческой, реальной, легитимной
c) **некоммерческой, общественной, стандартизированной, сложной.**
3. Услуги, приобретаемые для личного потребления за счет личных средств – это:
- a) деловые услуги
b) институциональные услуги
c) **потребительские услуги**
4. Схема определения товара на трех уровнях: «замысла», «реального исполнения» и «подкрепления» описал:
- a) Т. Левит
b) **Ф.Котлер**
c) Дуглас Норт
5. Контактная зона – это:
- a. Любое место, где производится услуга
b. Место, где услуга может храниться
c. **Определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.**
6. Контактной зоной может считаться:
- a. **Стойка администратора в гостинице**
b. Цех по ремонту оборудования
c. Строительная площадка
d. Торговая площадка интернет-магазина
7. Контактной зоной не является:
- a. **Зона ремонта бытовой техники**
b. Рабочее место парикмахера
c. Рабочее место стоматолога
d. **Работа инженера по наладке оборудования.**
8. Какого типа личности не существует:
- a) круг;
b) **ромб;**
c) зигзаг;
d) квадрат;
e) треугольник.
9. Модель «servuction» отображает...
- a) **степень контакта производителя и потребителя услуги;**
b) манеру контакта производителя и потребителя услуги;
c) время контакта производителя и потребителя услуги;
d) полезность контакта производителя и потребителя услуги.
10. Потребность в услугах, обеспеченная наличными денежными средствами населения, - это:
- a. Конъюнктура рынка



- b. Эластичность спроса
- c. Платежеспособный спрос**
- d. Специализированный спрос.

Устный опрос (Контрольная точка 2)

1. Миссия компании, оказывающей клиентский сервис
2. Понятие "внутреннего клиента" в компании.
3. Связь качества сервиса и управления внутренними клиентскими отношениями
4. Роль директора по клиентскому сервису в структуре компании
5. Полномочия, ответственность и показатели успешной деятельности директора по клиентскому сервису
6. Планирование деятельности сервис-директора
7. Система контроля для директора по клиентскому сервису
8. Два подхода к внедрению качественного сервиса
9. Необходимые условия внедрения качественного сервиса
10. Управление мотивацией сотрудников как компетенция директора по клиентскому сервису

Устный опрос (Контрольная точка 3)

1. Показатель лояльности клиентов
2. Коэффициент текучести клиентов
3. Вовлеченность клиентов
4. Понятие потребительской лояльности
5. Виды лояльности. Измерение лояльности
6. Использование лояльности для определения потенциала рынка
7. Эмоциональная и рациональная составляющие лояльности. Что хочет покупатель
8. Влияние факторов удовлетворенности и вовлеченности на продолжительность отношений с клиентом. Оценка уровня клиентоориентированности компании
9. Клиентоориентированность как конкурентное преимущество компании
10. Ретроспектива системы 5P

Устный опрос (Контрольная точка 4)

1. Внедрение системы управления сервисом на уровне отдельного бизнес-процесса и на уровне системы
2. Факторы, влияющие на постоянство клиента
3. Управление жизненным циклом клиента
4. Основные показатели качества удержания клиентов
5. Понятие пожизненной ценности клиента
6. Метод расчета прибыльности клиента



7. Анализ статистики продаж для определения приоритетных направлений развития клиентской базы
8. Как создать, развить и оценить клиентоориентированность: 15 правил клиентоориентированности.
9. Определение клиентоориентированного и качественного сервиса
10. Внутренний PR.

7.3.2. Типовые контрольно-измерительные задания промежуточной аттестации для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Краткие методические указания по подготовке к промежуточной аттестации (зачёту в процессе освоения образовательной программы)

Изучение учебной дисциплины предусматривает следующие формы промежуточной аттестации: зачет во 2 семестре для очной и заочной форм обучения.

Зачёт является формой промежуточного контроля знаний и умений студентов по данной дисциплине в 2 семестре, полученных на лекциях, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы. Подготовка к зачёту способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачёту, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачёте студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по учебной дисциплине.

В период подготовки к зачёту студенты вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют промежуточные знания.

При подготовке к зачёту студентам целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, рекомендованные правовые акты, основную и дополнительную литературу.

На зачёт выносится материал в объёме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за семестр. Зачёт проводится в устной форме.

Ведущий данную дисциплину преподаватель составляет билеты, которые утверждаются руководителем ОПОП и включают в себя два вопроса включающих ситуационные задачи. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня



рекомендованных для подготовки вопросов зачёта, доведенного до сведения студентов накануне экзаменационной сессии. Содержание вопросов одного билета относится к различным разделам программы с тем, чтобы более полно охватить материал учебной дисциплины.

В аудитории, где проводится устный зачёт, должно одновременно находиться не более шести студентов на одного преподавателя, принимающего зачёт.

На подготовку к ответу на билет на зачёте отводится 20 минут.

Для прохождения зачёта студенту необходимо иметь при себе зачетную книжку и письменные принадлежности. Зачёт принимает преподаватель, читавший учебную дисциплину в данном учебном потоке (группе). За нарушение дисциплины и порядка студенты могут быть удалены с зачёта.

Задания для промежуточной аттестации

Задание 1. Ваши непосредственные подчиненные между собой обсуждают и высмеивают клиента, который оставил на них жалобу. Каковы ваши действия?

Задание 2. Звонит Клиент и очень раздраженно кричит на вас, применяя даже неуместную брань, из-за ошибки вашего коллеги.

Ваши действия?

Задание 3. Туристская компания приняли на работу молодого и способного менеджера по продаже (только что окончившего РГУТиС), который превосходно справляется с работой. Он провел уже несколько презентаций туров, и клиенты им очень довольны. Вместе с тем он резок и заносчив в общении с другими работниками, особенно с обслуживающим персоналом. Руководитель каждый день получает такого рода сигналы, а сегодня поступило письменное заявление от секретаря по поводу его грубости. Какие замечания и каким образом необходимо сделать молодому специалисту, чтобы изменить его стиль общения в коллективе? Какие установки необходимо внедрить в коллектив?

Задание 4. На переговорах о сделке новый участник заметил, что менеджер по продажам обращается к участникам неформально и использует «ты»-обращение. Прокомментируйте данную ситуацию. Укажите, в каких случаях это допустимо.

Задание 5. Перечислите приемы, которые помогут завоевать доверие клиента.

Задание 6. Перечислите основные поведенческие ошибки сотрудников ресторана, контактирующих с клиентом.

Задание 7. Опишите открытую позу при деловом общении «сотрудник-клиент». Объясните, почему именно она эффективна.

Задание 8. Перед менеджером клиентского отдела стоит задача измерения клиентоориентированности сотрудников отдела. Какие инструменты сервис-дизайна он может применить?

Задание 9. Одним из принципов клиентоориентированности является эмпатия и глубокое понимание клиента. Какой инструмент сервис-дизайна соответствует данному принципу.

Задание 10. Управление клиентским опытом или customer experience – это...:

Задание 11. Сформулируйте три ключевых компетенции сотрудника клиентского сервиса:

Задание 12. Для каких целей составляются стандарты клиентского сервиса в



компании?

Задание 13. Какие разделы включены в стандарты обслуживания клиентов?

Задание 14. Перечислите этапы составления клиентских стандартов обслуживания.

Задание 15. Может ли сотрудник сервисной службы отклоняться от корпоративных стандартов?

Задание 16. Назовите причины, которые на ваш взгляд, затормаживают развитие качественного сервиса в России.

Задание 17. Сотруднику клиентского сервиса поставили задачу обучения коллег для повышения качества сервиса. Какие инструменты можно ему порекомендовать?

Задание 18. Для контроля работы компании используют определенные метрики. Перечислите основные из них.

Задание 19. Сотруднику службы клиентского сервиса поставлена задача рассчитать основные метрики отдела. Предложите каналы, по которым необходимо взаимодействовать для расчета метрик.

Задание 20. Перечислите основные действия для внедрения системы клиентского сервиса.

Задание 21. Продавец обещает бесплатную доставку при заказе от 4 000 р., в приложении об этом сообщает крупный баннер. Клиент набирает в корзину продукты – часть из них весовые – и делает заказ на 4 100 р. Примечание на странице заказа: «Внимание. Вес некоторых товаров может отклоняться в большую или меньшую сторону. Окончательная стоимость товаров будет указана в чеке». Курьер доставляет продукты на сумму 3 987 р. (весовые продукты вышли дешевле, чем при заказе), и в чеке клиент видит + 200 р. за доставку. Ожидания обмануты, сервис сработал отрицательно. Как можно исправить эту ошибку.

Задание 22. Клиент 10 лет подряд заказывал ко дню рождения торт в кондитерской на углу. Готовили его за три дня. Кондитерская закрылась, и клиент обращается к вам. Ваш срок изготовления – пять дней. Клиент недоволен: «Мне раньше делали за три, почему вы так не можете, вы плохая компания». Как можно исправить эту ситуацию.

Задание 23. Какова стандартная структура клиентского сервиса онлайн.

Задание 24. Какие инструменты аналитики можно использовать для работы с сайтом компании.

Задание 25. Какие способы оплаты целесообразно предложить клиентам.

Задание 26. Какие каналы обязательны для хорошего клиентского сервиса?

Задание 27. Перечислите виды связи, которые могут быть удобны клиентам

Задание 28. Магазин товаров для животных, в котором за день из 50 покупателей 35 заказывают по телефону (входящие звонки клиентов из группы «ВКонтакте»), а средний чек покупки – 800 р. Если не дозвонятся всего 10 клиентов, владелец магазина ежедневно будет терять 8 000 р. В месяц потери составят 240 000 р. На разговор с одним клиентом по телефону продавец тратит минимум 5–7 минут, то есть 4 часа рабочего времени в день. Очевидно, что предпринимателю необходимо развивать канал продаж по телефону, иначе он теряет прибыль. Что можно предложить для решения этой задачи?

Задание 29. Каковы преимущества отдельного канала для звонков от клиентов?

Задание 30. Сейчас в компании можно увидеть следующие фразы: «Добрый день. По вторникам мы работаем с 9 до 18. Сейчас уже поздно, и нас нет в офисе. Мы ответим вам на почту завтра до 12.00». Или так: «Специалист чата отвечает по будням с 9 до 18. Мы обработаем ваше сообщение в ближайший рабочий день до обеда. Ответ будет



отправлен на e-mail, который вы указали». Каким образом можно исправить этот недостаток?

Задание 31. Какую пользу несут для сервисной компании чат-боты.

Задание 32. Для большинства потребителей определяющую роль в покупке играет скорость получения товара. 31 % предпочитает получать заказанное в тот же день, 26 % согласны подождать несколько дней. Перечислите ключевые критерии качества доставки.

Задание 33. Дайте определение термину «программа лояльности»

Задание 34. Какие проблемы можно решить с помощью программы лояльности?

Задание 35. Какие компоненты содержит постоянная программы лояльности?

Задание 36. Теория потребительского поведения предлагает, что потребитель стремится максимизировать

Задание 37. Набор действий, предпринимаемых людьми при покупке и потреблении товаров (услуг) – это

Задание 38. Ценность услуги, персонала, имиджа компании и сервиса относят к:

Задание 39. Воспринимаемый риск и беспокойство относят к:

Задание 40. Способность распознавать эмоции, намерения, мотивацию, желания свои и других людей и управлять этим – это

Вопросы для промежуточной аттестации в форме зачета (устно) , проводимого во 2 семестре, по блоку

1. Услуга и сервис.
2. Основы высококлассного сервиса
3. Уровни услуги: эконом, бизнес, VIP
4. Миссия компании, оказывающей клиентский сервис
5. Понятие "внутреннего клиента" в компании.
6. Связь качества сервиса и управления внутренними клиентскими отношениями
7. Роль директора по клиентскому сервису в структуре компании
8. Полномочия, ответственность и показатели успешной деятельности директора по клиентскому сервису
9. Планирование деятельности сервис-директора
10. Система контроля для директора по клиентскому сервису
11. Управление мотивацией сотрудников как компетенция директора по клиентскому сервису
12. Демонстрация "модельного поведения" с клиентами как управление качеством сервиса
13. Моделирование службы клиентского сервиса
14. Причины возникновения претензий клиента
15. Претензия: вид со стороны клиента и компании
16. Бизнес-процесс управления претензией в компании
17. Управление качеством работы с претензией клиента



18. Формы внутренней и внешней оценки качества обслуживания клиентов
19. Факторы, влияющие на потребительскую лояльность и управление жизненным циклом клиента
20. Два подхода к внедрению качественного сервиса
21. Необходимые условия внедрения качественного сервиса
22. Как создать, развить и оценить клиентоориентированность: 15 правил клиентоориентированности
23. Определение клиентоориентированного и качественного сервиса
24. Внутренний PR
25. Оценка уровня клиентоориентированности компании
26. Внедрение системы управления сервисом на уровне отдельного бизнес-процесса и на уровне системы
27. Показатель лояльности клиентов
28. Коэффициент текучести клиентов
29. Вовлеченность клиентов
30. Понятие потребительской лояльности
31. Виды лояльности. Измерение лояльности
32. Использование лояльности для определения потенциала рынка
33. Эмоциональная и рациональная составляющие лояльности. Что хочет покупатель
34. Влияние факторов удовлетворенности и вовлеченности на продолжительность отношений с клиентом
35. Факторы, влияющие на постоянство клиента
36. Управление жизненным циклом клиента
37. Основные показатели качества удержания клиентов
38. Понятие пожизненной ценности клиента
39. Метод расчета прибыльности клиента
40. Анализ статистики продаж для определения приоритетных направлений развития клиентской базы
41. Матрицы микросегментации: прибыль / потенциал, выручка / размер и т.д.
42. Определение приоритетов в клиентской политике
43. Оптимизация расходов на службу продаж и сервиса
44. Клиентоориентированность как конкурентное преимущество компании
45. Ретроспектива системы 5P
46. Требования к персоналу отдела продаж
47. Оптимизация продукта при помощи модели Нориаки Кано. Ограничения применения модели Нориаки Кано
48. Система регулярного управления надлежащим сервисом
49. Виды программ поощрения, их преимущества и недостатки
50. Поощрение конечных потребителей
51. Поощрение торговопроводящей цепи
52. Правила проведения программы поощрения



53. Ключевые ошибки при проведении программ поощрения постоянных клиентов.
Устранение ошибок
54. Планирование программы поощрения
55. Использование современных технологий при развитии лояльности клиентов

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Практическое занятие – это оценочное средство (далее ОС), которое ставит перед собой цель углубленного обсуждения сложной темы учебной программы, а так же выступает способом проверки знаний полученных студентами при самостоятельном изучении темы и путем развития у него ораторских способностей в ходе обсуждения вопросов практического занятия. В процессе подготовки к практическому занятию студент черпает и обобщает знания из материала учебников, монографий, нормативных актов, научных статей и т.д., рекомендуемых кафедрой для подготовки к практическому занятию.

В процессе организации и проведения данной формы занятия формируются знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующий следующие этапы компетенции:

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: Семинар

Тема и содержание занятия: **Современный клиентский сервис как форма удовлетворения потребностей человека.**

Практическое занятие, предусматривающее обсуждение студентами исторических вопросов возникновения и эволюции сервисной деятельности.

Цель занятия: В процессе изучения темы следует сосредоточиться на терминах и понятиях, используемых в современной сервисной деятельности – «сервис», «услуга», «сфера обслуживания», «культура сервиса» и др.

Практические навыки: Студентам необходимо уяснить отличительные особенности услуг в сравнении, например, с товаром – их неосязаемость, изменчивость по качеству, невозможность их хранения. Также важно усвоить принципы и отличительные признаки сервисной деятельности.

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Понятие об услуге и сервисной деятельности.
2. Сфера услуг в общественном разделении труда.
3. Функции сферы услуг.
4. Понятие "услуга".
5. Особенности рынка услуг.
6. Состав отраслей сферы услуг.
7. Сфера услуг и формирование постиндустриального общества.
8. Факторы развития сферы услуг.

Продолжительность занятия – 2 часа.

Для заочной формы обучения

Продолжительность практического занятия 1 по теме Современный клиентский сервис как форма удовлетворения потребностей человека – 1 час.

Тестирование – 1 час.



Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: Семинар, контрольная точка 1

Тема и содержание занятия: Управление претензиями клиента

Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола причин возникновения претензий клиента и методов их устранения.

Представить презентацию доклада:

1. Покупательские претензии в сфере отечественных услуг.
2. Особенности решения вопросов с возражениями потребителей

Цель занятия: изучить особенности развития сервиса в России и за рубежом, представить отчет о проделанной работе.

Практические навыки: понимать и анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы, проявлять патриотизм, трудолюбие и гражданскую ответственность

Продолжительность занятия – 2 часа.

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: Круглый стол

Тема и содержание занятия: Внедрение качественного сервиса.

Цель занятия: изучить различные подходы к оценке услуг.

Практические навыки: знать о поведении потребителей, критериях качества информации в развитии постиндустриального общества

Продолжительность занятия – 2 часа.

Для заочной формы обучения

Продолжительность практического занятия 1 по теме Внедрение качественного сервиса – 1 час.

Устный опрос – 1 час.

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: семинар, контрольная точка 2-Устный опрос

Тема и содержание занятия: Формы внутренней и внешней оценки качества обслуживания клиентов

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Сопоставьте жизненный цикл услуги и товара. Поясните различия.
2. Подберите товары и услуги, цикл которых одинаков.
3. Подберите примеры товаров и сопутствующих услуг в области государственного управления, коммерческой деятельности, искусства.

Цель занятия: изучить особенности жизненного цикла услуг и товаров.

Практические навыки: понимать и анализировать экономические процессы, связанные с развитием услуг.

Продолжительность занятия – 2 часа.

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: семинар

Тема и содержание занятия: Факторы, влияющие на потребительскую лояльность и управление жизненным циклом клиента

Задание для семинарского занятия:



Составить презентацию на тему «Современный сервис в коммерции». Задание предполагает анализ одной из современных компаний с раскрытием всех особенностей обслуживания потребителей в процессе продажи товара». Презентация состоит из 10-15 слайдов.

Цель занятия: изучить сервисные технологии в процессе продажи товаров.

Практические навыки: владеть способностью понимать и анализировать взаимосвязь обслуживания и торговли.

Продолжительность занятия – 2 часа.

Для заочной формы обучения

Продолжительность практического занятия 1 по теме Факторы, влияющие на потребительскую лояльность и управление жизненным циклом клиента – 1 час.

Устный опрос – 1 час.

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: семинар

Тема и содержание занятия: Использование современных технологий в клиентском сервисе

Персонализированное предложение сервисного продукта позволяет выделить наиболее важные, с точки зрения сервисологии, аспекты раскрывающие особенности потребления:

- персонализация осуществляется за счет изменения отдельных материальных и нематериальных компонентов продукта, но не предполагает изменения базового продукта или его идеи;
- адаптированные характеристики формируются только с участием потребителя;
- персонализация может осуществляться только за счет сервиса.

Цель занятия: закрепить полученные в ходе практического занятия знания, приобрести фундаментальные знания о поведении потребителя, потребностях в разных исторических эпохах

Практические навыки: изучить концептуальные основы сервисологии и рассмотреть аспекты современного потребления

Продолжительность занятия – 2 часа.

Практическое занятие 7.

Вид практического занятия: семинар

Тема и содержание занятия: Создание и аудит клиентской базы компании

1. Процесс обслуживания потребителей сервисных комплексов, его основные формы, методы и правила обслуживания.
2. Современные формы обслуживания потребителей услуг. Основные типы сервисных посредников, посреднические и досуговые услуги.
3. Правовое обеспечение сферы обслуживания. Жалобы и претензии потребителей, защита их прав.

Цель занятия: изучить формы и методы обслуживания в современных хозяйствах.

Практические навыки: владеть навыками формирования сервисного продукта и отношений с потребителями

Продолжительность занятия – 2 часа.

Для заочной формы обучения

Продолжительность практического занятия 1 по теме Создание и аудит клиентской базы компании – 1 час.



Устный опрос – 1 час.

Практическое занятие 8.

Вид практического занятия: семинар, контрольная точка 4-Устный опрос.

Тема и содержание занятия: Технологии управления клиентской базой

Цель занятия: изучить этапы управление клиентской базой компании

Практические навыки: владеть навыками работы с клиентской базой как средством управления информацией.

Продолжительность занятия – 2 часа.

Практические занятия проводятся с использованием активных и интерактивных форм обучения:

1. Дискуссия. Круглый стол. Практическое занятие в форме дискуссии представляет собой коллективное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или сопоставление информации, идей, мнений, предложений. Преподаватель заранее озвучивает тему дискуссии и вопросы, на которые будет необходимо ответить. В ходе дискуссии студенты вырабатывают принципы и подходы к решению поставленной проблемы (вопроса), доказательства, обоснования своей позиции, максимально используя свой личный опыт.

Характеристика ОС. Круглый стол, дискуссия являются оценочными средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Эта форма отражает особенности современного профессионального общения в профессиональной сфере. Семинар-дискуссия – диалогическое общение участников, в процессе которого через совместное участие обсуждаются и решаются теоретические и практические проблемы курса.

Методика применения ОС и взаимосвязь с формируемыми компетенциями.

На таком практическом занятии осуществляются сотрудничество и взаимопомощь, каждый студент имеет право на интеллектуальную активность, заинтересован в достижении общей цели практических занятий, принимает участие в коллективной выработке выводов и решений. В условиях совместной работы студент занимает активную позицию.

На обсуждение выносятся наиболее актуальные проблемные вопросы изучаемой дисциплины. Каждый из участников дискуссии должен научиться точно выразить свои



мысли в докладе или выступлении по вопросу; активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию, что формирует способность логически верно и юридически грамотно строить устную и письменную речь, пользоваться иностранными языками в целях изучения зарубежного опыта управления кадровым потенциалом органов власти.

Кроме того, дискуссия применяется и как метод обучения, и как форма обучения и заключается в коллективном обсуждении какого-либо вопроса, проблемы или сопоставлении информации, идей, мнений, предложений.

2. Опрос. Опрос – это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний, обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Для повышения объективности оценки опрос может проводиться группой преподавателей/экспертов. Критерии оценки результатов опроса зависят от того, каковы цели поставлены перед ним и, соответственно, бывают разных видов:

- индивидуальный опрос (проводит преподаватель);
- групповой опрос (проводит группа экспертов);
- опрос, ориентированный на оценку знаний;
- ситуационный опрос, построенный по принципу решения ситуаций.

3. Тестирование. Тест – это система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Оценка работы студента на практических занятиях осуществляется по следующим критериям:

Отлично - активное участие в обсуждении проблем каждого практического занятия, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы практического занятия, участие в дискуссиях, твердое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.

Хорошо - недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на практическом занятии, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.

Удовлетворительно - ответы отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.

Неудовлетворительно - пассивность на практическом занятии, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше для получения более высоких оценок.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень



информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература


1. Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитонова. — 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 248 с. - ISBN 978-5-394-04914-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2084343> (дата обращения: 03.04.2024). – Режим доступа: по подписке.
2. Рувенный, И. Я., Управление лояльностью потребителей : учебное пособие / И. Я. Рувенный, А. А. Аввакумов. — Москва : КноРус, 2022. — 165 с. — ISBN 978-5-406-08767-1. — URL: <https://book.ru/book/941737> (дата обращения: 03.04.2024). — Текст : электронный.
3. Даниленко, Н. Н., Сервисология : учебное пособие / Н. Н. Даниленко, Н. В. Рубцова. — Москва : КноРус, 2023. — 219 с. — ISBN 978-5-406-10503-0. — URL: <https://book.ru/book/945914> (дата обращения: 03.04.2024). — Текст : электронный.
4. Шоул, Д. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Шоул Д., Евстигнеева И., - 8-е изд., доп. и перераб - Москва : Альпина Пабл., 2016. - 342 с. ISBN 978-5-9614-5692-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/610283>

8.2. Дополнительная литература

1. Резник, Г. А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016211-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241803>
2. Сервис Plus : научный журнал. - Москва : РГУТиС, 2023. - Т. 17, № 1 и 2. - 191 с. - ISSN 1993-7768. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2135408>
3. Козлова-Зубкова, Н. А., Сервис для лиц с особыми потребностями : учебник / Н. А. Козлова-Зубкова. — Москва : Русайнс, 2023. — 258 с. — ISBN 978-5-466-04262-7. — URL: <https://book.ru/book/951644> (дата обращения: 03.04.2024). — Текст : электронный.
4. Сервис: термины и понятия : словарь / под ред. О.Я. Гойхмана. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-014474-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167070> (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Электронно-библиотечная система «Znanium.com»: <http://znanium.com/>
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»: <http://window.edu.ru/>
Служба тематических толковых словарей «Глоссарий.ру»: <http://www.glossary.ru/>
Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: <https://cyberleninka.ru/>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		<i>Лист 34 из 33</i>

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системам

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. База данных сервисных центров «Сервисбокс» [профессиональная база данных]: <https://www.servicebox.ru/>
4. База данных «Российский бизнес-портал «BazaRF.ru» [профессиональная база данных]: <http://www.baza-r.ru/enterprises>
5. Справочная правовая система КонсультантПлюс
6. Интернет-версия системы Гарант (информационно-правовой портал "Гарант.ру)
7. Электронно-библиотечная система ZNANIUM. Режим доступа: <https://znanium.com/>
8. Электронно-библиотечная система BOOK.ru. Режим доступа: <https://book.ru/>
9. Научно-технологическая инфраструктура Российской Федерации (информационный портал). Режим доступа: <https://ckp-rf.ru/>
10. ЖКХ-Сервис. Информационный портал по ЖКХ (информационно-справочная система). Режим доступа: <https://zhkh-service.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

1. Традиционная лекция, которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.

Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Изложение лекционного материала рекомендуется проводить в мультимедийной форме (презентаций). Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала.

2. Лекции – дискуссия, в которой содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции;

- практические занятия

Практические занятия по дисциплине «Современный клиентский сервис» проводятся с целью приобретения практических навыков в области маркетинга, основных стратегий и тактик, комплекса маркетинга и маркетинговых исследований.

Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ маркетинга, приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Выполнения **практической** работы студенты производят в письменном виде, в виде презентаций и докладов, а также эссе и рефератов. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет, в электронном и печатном виде.



Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой практикума выступают типовые задачи, которые должен уметь решать специалист в области сервиса на предприятиях технического сервиса автомобилей.

При изучении дисциплины «Современный клиентский сервис» используются следующие виды практических занятий:

1. Семинар предполагает более глубокий анализ тем и вопросов, затронутых на лекции. Студентам предлагается подготовиться к семинару в рамках самостоятельной работы.

2. «Круглый стол»

"Круглый стол" проводится с целью:

- комплексного обсуждения современных актуальных проблем курса;
- рассмотрению дискуссионных вопросов из курса;
- осмысление и обобщение отечественного и зарубежного опыта по курсу.

"Круглый стол" характеризуется вынесением на обсуждение широких теоретико-практических тем, а также активностью студентов, как в постановке вопросов, так и в общем обсуждении с преподавателями.

Для конструктивного обсуждения темы преподаватель определяет узловые проблемы, готовит и проводит методическое совещание, в ходе которого обсуждается проект дискуссии и определяется методика проведения "круглого стола". Целесообразно провести консультацию для студентов, на которой порекомендовать им соответствующую литературу по теме.

- Самостоятельная работа обучающихся

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической литературой и технической документацией, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Современный клиентский сервис», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- овладение фундаментальными знаниями;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Современный клиентский сервис» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.



Формы самостоятельной работы

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к лекционным и практическим занятиям соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

- подготовка рефератов и докладов на заданную тему,
- подготовка презентаций по определенным вопросам;
- изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике;
- подготовка графического материала по заданной теме.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «Современный клиентский сервис» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование доска
Занятия семинарского типа	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование доска
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроекционное оборудование, автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет", доска; Помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», интерактивная доска