



УТВЕРЖДЕНО:

Ученым советом Высшей школы сервиса

Протокол № 7 от «17» января 2025 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): *Цифровые сервисы для бизнеса*

Квалификация: *бакалавр*

Год начала подготовки 2025

Разработчик:

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

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Доцент Высшей школы сервиса</i>	<i>к. т. н., доцент Деменев А. В.</i>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 2
---	--	---

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 «Цифровые сервисы для бизнеса».

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-1.1. (Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности),

ПК-1.2. (Осуществляет разработку системы клиентских отношений),

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины «Современный клиентский сервис» составляет 2 зачетных единиц, 72 часов, продолжительностью 18 недель 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-1.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПК-1.2. Осуществляет разработку системы клиентских отношений ПК-1.3. Оценивает возможность совершенствования системы клиентских отношений.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ОП:

Дисциплина Б1.В.ФТД.1 «Современный клиентский сервис» относится к факультативной дисциплине вариативной части программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, профилю «Цифровые сервисы для бизнеса».

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 «Цифровые сервисы для бизнеса».

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

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

Очная форма обучения

№ 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		

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 4

	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)	2	зачет
			2
4	Общая трудоемкость час	72	72
	з.е.	2	2

Заочная форма обучения

№ 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

очная форма обучения

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,	Форма проведения	СРО,	Форма проведения СРО
			Занятия лекционных	Форма проведения занятия лекционного типа	Практи-	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	2	Лекция-дискуссия	1	Семинар			5	Самостоятельное изучение материала, подготов-

		клиентским сервисе							ка 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, акад.	Форма проведения	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа,	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия	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			1	Аудиторное				

		точка 1				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 сер-							7	Самостоятельное изучение материала, с использованием ЭБС.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 10

		висе								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 Лист 11
---	--	----------------------------------

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
1	Современный клиентский сервис и его особенности (4/7 часа(ов))	Основная литература 1. Клиентоориентированность как ключевая ценность современного конкурентоспособного бизнеса : монография / Е.Е. Жукова, Т.В. Суворова, В.В. Бурлаков, А.Л. Абаев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 287 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/2172769. - ISBN 978-5-16-020418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2172769 . - Режим доступа: по подписке. 2. Калачев, С. Л. Сервисная деятельность : учебник для вузов / С. Л. Калачев, М. А. Николаева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 300 с. - ISBN 978-5-394-05342-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2133553 3. Резник, Г. А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 202 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2680. - ISBN 978-5-16-005710-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2102179 Дополнительная литература 1. Лукаш, Ю. А. Ваш клиент: кто он, как с ним общаться и чего ожидать? : учебное пособие / Ю. А. Лукаш. - Москва : Флинта, 2022. - 129 с. - ISBN 978-5-9765-5170-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?pid=1905772 2. 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.ru/catalog/document?pid=1241803 3. Сервис Plus : научный журнал. - Москва : РГУТиС, 2022. - Т. 16, № 3. - 147 с. - ISSN 1993-7768. - Текст : электронный. - URL:
2	Управление претензиями клиента (5/7 часов)	
3	Внедрение качественного сервиса (4/7 часа(ов))	
4	Формы внутренней и внешней оценки качества обслуживания клиентов (5/7 часов)	
5	Факторы, влияющие на потребительскую лояльность и управление жизненным циклом клиента (4/7 часа(ов))	
6	Использование современных технологий в клиентском сервисе (5/7 часов)	
7	Создание и аудит клиентской базы компании (4/7 часа(ов))	
8	Технологии управления клиентской базой (5/7 часов)	

		https://znanium.ru/catalog/document?pid=1985778 4.Коноплева, Н. А. Сервис в современной культуре / Н. А. Коноплева. - Москва : Директ-Медиа, 2020. - 332 с. - ISBN 978-5-4499-0715-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?pid=1963318
--	--	--

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				
		ПК-1.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности	Темы 1-8	Современные клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности	Использовать отдельные клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации	Навыками взаимодействия с потребителями и другими заинтересованными сторонами в ходе применения клиентоориентированных технологий
		ПК-1.2. Осуществляет разработку системы клиентских отношений		Основные элементы и содержание системы клиентских от-	Применять методы разработки системы клиентских отношений	Навыками взаимодействия с коллегами в процессе разработ-



				ношений, принципы и после- дователь- ность ее разработ- ки		ки систе- мы кли- ентских отноше- ний
		ПК-1.3. Оцени- вает возмож- ность совер- шенствования системы кли- ентских отно- шений		Принци- пы и ме- тоды оценки эффек- тивности работы системы клиент- ских от- ношений	Выявлять про- блемы функ- ционирования и ресурсы рос- та эффектив- ности системы клиентских от- ношений	Навыками разработ- ки реко- мендаций по со- вершен- ствованию сис- темы кли- ентских отноше- ний

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
Знать современные клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности; основные элементы и содержание системы клиентских отношений, принципы и последовательность ее разработки; принципы и методы оценки эффективности работы системы клиентских отношений. Уметь использовать отдельные клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации; применять методы разработки системы клиентских отношений; выявлять	Тестирование, устный опрос	Студент продемонстрировал знание современных клиентоориентированных технологий в сервисной деятельности; основных элементов и содержания системы клиентских отношений, принципов и последовательности ее разработки; принципов и методов оценки эффективности работы системы клиентских отношений. Студент продемонстрировал умение использовать отдельные клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации;	Закрепление способности применять клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности; осуществлять разработку системы клиентских отношений; оценивать возможность совершенствования системы клиентских отношений.

проблемы функционирования и ресурсы роста эффективности системы клиентских отношений. Владеть навыками взаимодействия с потребителями и другими заинтересованными сторонами в ходе применения клиентоориентированных технологий; навыками взаимодействия с коллегами в процессе разработки системы клиентских отношений; навыками разработки рекомендаций по совершенствованию системы клиентских отношений.		применять методы разработки системы клиентских отношений; выявлять проблемы функционирования и ресурсы роста эффективности системы клиентских отношений. Студент продемонстрировал владение навыками взаимодействия с потребителями и другими заинтересованными сторонами в ходе применения клиентоориентированных технологий; навыками взаимодействия с коллегами в процессе разработки системы клиентских отношений; навыками разработки рекомендаций по совершенствованию 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

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
	– полно раскрыто содержа-	– Обучающийся пока-

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 15
---	--	--

«5»	ние 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 исправляются по замечанию	зывает 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
«4»	– 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: – а) в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; – б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по заме-	– 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, предусмотрен-

	чанию преподавателя; – в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя	ных программой
«3»	– 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	– 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»	– 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.	– 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	оценка
менее 50%	2
51% - 70%	3

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 17</i>
--	--	---

71% - 85%	4
86% - 100%	5

Средство оценивания – тестирование

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

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

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

Средство оценивания - Устный опрос

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	– 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 самостоя-	– 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 пол-

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		<i>Лист 18</i>

	тельно, 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	ное освоение компетенций, предусмотренных программой
«4»	– 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: – 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	– 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
	– 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, ис-	– 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

«3»	правленные 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	демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций; – подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
«2»	– 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.	– 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	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.

недели семест-	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 управ-	Устный опрос	Опрос содержит 10 вопросов. 1

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 20</i>
--	---	---------------------------------------

	ления качественным сервисом. Управление качеством сервисного поведения сотрудников		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.
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.

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

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:
 - а) инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования.
 - б) банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные услуги**
 - с) телевидение, радио, образование, культура
2. Услуга государственного сервиса является:
 - а) непроизводственной, коммерческой, реальной, стандартизированной
 - б) производственной, коммерческой, реальной, легитимной
 - с) некоммерческой, общественной, стандартизированной, сложной.**
3. Услуги, приобретаемые для личного потребления за счет личных средств – это:
 - а) деловые услуги
 - б) институциональные услуги
 - с) потребительские услуги**
4. Схема определения товара на трех уровнях: «замысла», «реального исполнения» и «подкрепления» описал:
 - а) Т. Левит
 - б) Ф.Котлер**
 - с) Дуглас Норт
5. Контактная зона – это:
 - а. Любое место, где производится услуга
 - б. Место, где услуга может храниться

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 21
---	---	--------------------------------

с. Определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.

6. Контактной зоной может считаться:
- Стойка администратора в гостинице**
 - Цех по ремонту оборудования
 - Строительная площадка
 - Торговая площадка интернет-магазина
7. Контактной зоной не является:
- Зона ремонта бытовой техники**
 - Рабочее место парикмахера
 - Рабочее место стоматолога
 - Работа инженера по наладке оборудования.**
8. Какого типа личности не существует:
- круг;
 - ромб;**
 - зигзаг;
 - квадрат;
 - треугольник.
9. Модель «servuction» отображает...
- а) степень контакта производителя и потребителя услуги;**
 - манеру контакта производителя и потребителя услуги;
 - время контакта производителя и потребителя услуги;
 - полезность контакта производителя и потребителя услуги.
10. Потребность в услугах, обеспеченная наличными денежными средствами населения, - это:
- Конъюнктура рынка
 - Эластичность спроса
 - с. Платежеспособный спрос**
 - Специализированный спрос.

Устный опрос (Контрольная точка 2)

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

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 22</i>
--	---	---------------------------------------

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.

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.

Задание 1. Прочитайте текст и установите соответствие. Сопоставьте метрики клиентской удовлетворенности в левой графе с их содержанием, представленным в правой графе.

1.CSI	А. В основе индекса лежит один вопрос: <i>Какова вероятность, что вы порекомендуете нашу компанию или продукт своим друзьям/близким/коллегам/партнёрам?</i>
2.NPS	В. представляет собой инструмент, который используется для измерения качества пользовательского опыта на веб-сайтах и в приложениях. Это короткий опросник, который помогает оценить общую удобность сайта или приложения, доверие пользователей к нему, эстетическую привлекательность и лояльность пользователей.
3.SUPR-Q	В. количественный показатель, который отражает уровень удовлетворённости и лояльности клиентов к продуктам или услугам компании. Этот индекс измеряется путём проведения опросов и анализа отзывов клиентов. Опрос состоит из серии вопросов (от 3 до 10)
4.LTV	Г. метрика показывает, сколько денег клиент принёс компании за всё время взаимодействия с ней. Это может быть и чистая прибыль от клиента, и доход от всех его заказов.

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

1	2	3	4

Задание 2. Прочитайте текст и установите соответствие. Сопоставьте основные правила дизайн-мышления в левой графе с их содержанием, представленным в правой графе..

1 Правило человечности	А Чтобы взглянуть на вещи по-новому, нужно экспериментировать, выходя за границы собственных знаний и способностей.
2 Правило неопределенности	Б Основные потребности человека остаются неизменными, поэтому по сути мы не создаем новое, а только модернизируем уже существующие средства.

3 Правило редизайна	В Следует воплощать идеи в виде прототипов, чтобы на практике глубже понимать, как решить поставленную задачу эффективнее.
4 Правило осязаемости	Г Независимо от контекста, любая деятельность в итоге носит социальный характер. Инновации должны быть ориентированы на людей.

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

1	2	3	4

Задание 3. Прочитайте текст и установите соответствие. Сопоставьте инструменты сервис-дизайна в левой графе с их содержанием, представленной в правой графе.

1.СJM	А. это инструмент, используемый для снижения затрат на разработку решения наглядно показывает, насколько продукт решает проблему покупателя.
2.Карта эмпатии	Б. это визуализированные точки контакта клиента с компанией
3.Прототипирование	В. это инструмент, который помогает составить детальный портрет целевой аудитории, учитывая потребности, страхи, проблемы и отношение к товару или услуге типичного покупателя.

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

1	2	3

Задание 4. Прочитайте текст и установите последовательность. Установите последовательность превращения потенциального клиента в амбассадора бренда в процессе составления SJM.

1. Изучение или размышление	А. Клиент принимает решение и ищет исполнителей.
2. Выбор решения из найденных вариантов.	Б. Покупатель понимает, что у него есть проблема, но пока не предпринимает никаких действий по ее решению.
3. Формирование лояльности	В. Решение найдено, исполнитель выбран, клиент хочет решить вопрос без задержек.

4. Превращение клиента в амбассадора бренда.	Г. Клиент доволен сотрудничеством и будет рекомендовать исполнителя другим.
5. Осознание или осведомленность	Д. Клиент ищет решение проблемы, просматривает информацию в открытых источниках, изучает мнения знакомых.
6. Сделка	Е. Если клиент доволен покупкой или качеством услуги, он будет покупать еще.

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

1	2	3	4	5	6

Задание 5. Прочитайте текст и установите последовательность. Расположите в правильном порядке этапы составления CJM сервис-дизайнером.

1	А. Ищет барьеры, которые останавливают покупателя.
2	Б. Придумывает, как преодолеть барьеры.
3	В. Анализирует путь клиента и вносит изменения.
4	Г. Собирает информацию о клиенте и продукте, проводит исследования.
5	Д. Отмечает на графике точки соприкосновения.

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

1	2	3	4	5

Задание 6. Прочитайте текст и установите последовательность. Расположите в правильном порядке этапы дизайн-мышления.

1	А Фокусировка
2	Б Прототипирование
3	В Генерация идей
4	Г Эмпатия
5	Д Тестирование

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

1	2	3	4	5

Задание 7. Прочитайте текст и установите соответствие. Сопоставьте профессии в левой колонке с их характеристикой, представленной в правой колонке.

1 Python-разработчик	А. отвечает за коммуникацию бизнеса с действующими и потенциальными клиентами. Разрабатывает стратегию коммуникации с пользователями, планирует и создаёт контент для неё и анализирует результаты.
2 Сервис-дизайнер	Б. занимается бэкендом — частью сайта или приложения, которая управляет его логикой. Пишет программы для тестирования кода и для автоматизации процессов при разработке программного обеспечения.
3 UX/UI-дизайнер	В. отвечает за создание и развитие цифровых продуктов. Наделяет их ценностью, придумывает, как они будут улучшать жизнь пользователей. Разрабатывает способы монетизации, роста выручки и расширения аудитории. Руководит командой дизайнеров, разработчиков и других сотрудников, которые тоже принимают участие в запуске и развитии продукта.
4 CRM-маркетолог	Г. создает пользовательский интерфейс. Разрабатывает внешний облик сайтов и мобильных приложений, проектирует пользовательский опыт, проводит исследования и анализирует целевую аудиторию. Облегчает взаимодействие пользователя с цифровыми продуктами.
5 Продакт-менеджер	Д. проектировщик, который на основе пользовательского опыта, предлагает конкретные решения, тестирует гипотезы и отслеживает внедрение решения на практике.

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

1	2	3	4	5

Задание 8. Прочитайте текст и установите соответствие. Сопоставьте компоненты сервис-дизайна в левой колонке с их характеристиками, представленными в правой колонке.

1 Люди	А любые производственные алгоритмы, процедуры, последовательность этапов разработки и оказания услуги, правила
--------	--

	взаимодействия с клиентами и другие нормы и предписания, которые обязательны к применению на протяжении всей работы.
2 Инфраструктура	Б Это важнейшая часть сервис-дизайна, на удержание и совершенствование опыта которой и направлен весь процесс.
3 Процессы	В все дополнительные ресурсы, необходимые для функционирования сервиса. Это могут быть физические объекты, такие как торговые, складские и иные помещения, оборудование, материалы и так далее.

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

1	2	3

Задание 9. Прочитайте текст и установите соответствие. Соотнесите ступени клиентского опыта (исходя из пирамиды Гартнера) в левой колонке с их сущностью, представленной в правой колонке.

1 Информирование	А Понимайте потребности клиентов и предлагайте нестандартные решения, чтобы они чувствовали себя особенными в ваших глазах.
2 Эффективный отклик	Б Своевременно предоставляйте клиентам полезную информацию удобным для них способом.
3 Приверженность	В Предлагайте клиентам решение их потребностей до того, как они об этом попросят.
4 Проактивность	Г Быстро и эффективно решайте проблемы клиента. При этом балансируйте между ожиданиями клиента и целями компании.
5 Поддержка дальнейшего развития	Д Дайте возможность клиенту чувствовать себя комфортнее, безопаснее, успешнее.

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

1	2	3	4	5

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие. Соотнесите этапы HADI-цикла в левой колонке с их характеристиками, представленными в правой колонке.

1 Н	А данные, позволяющие проанализировать ранее выдвинутое предположение
2 А	Б выводы, представляющие собой заключение, подтвердилась ли гипотеза или оказалась ошибочной
3 Д	В гипотезы (выдвижение предположений)

	о чем-либо)
4 I	Г действие, направленное непосредственно на проверку гипотезы

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

1	2	3	4

11. Когда произошло зарождение электронного бизнеса?
 - а) конец 90-х годов
 - б) конец 80-х годов
 - в) начало 90-х годов
12. Что является персонализацией клиента?
 - а) отправка сообщения перед днем рождения клиента о предоставлении ему скидки в этот день
 - б) изменение интерфейса Web-сайта магазина под ваши интересы
 - в) почтовая рассылка о выпуске новой продукции
13. Какой информационный поток наиболее часто отсутствует в CRM-системе компании, приводящий к устареванию информации о клиенте?
 - а) внесение информации о клиенте менеджером в базу клиентов менеджера
 - б) получение менеджером информации из единой базы клиентов
 - в) внесение информации о клиенте менеджером в единую базу клиентов компании
14. Правда ли, что:
 - а) электронный бизнес должен использовать только интернет как канал взаимодействия с клиентом
 - б) основой внедрения системы электронного бизнеса является создание бизнес-процессов
 - в) интернет является каналом взаимодействия с клиентом в электронном бизнесе
15. Кем обычно выполняется поиск скрытых возможностей при помощи средств CRM-системы?:
 - а) любым сотрудником компании
 - а) может выполняться программными средствами автоматически, не требуя вмешательства специалиста
 - б) специалистом по статистике с хорошим знанием продуктов и услуг
16. Какие события по взаимодействию с клиентом необходимо заносить в CRM-систему?
 - а) любые события, связанные с клиентом
 - б) изменение реквизитов или контактной информации клиента
 - в) только те события, которые привели к продаже продукта
17. Какой критерий выбора CRM-системы используется компаниями наиболее часто?
 - а) функциональность
 - б) цена решения
 - в) общая стоимость владения

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 29
---	---	--------------------------------

18. Какие факторы позволяют снизить затраты на обслуживание клиентов?
 - а) автоматизация ответов на повторяющиеся вопросы
 - б) перевод клиентов на самообслуживание
 - в) сокращение времени обслуживания звонка
19. Эффективное внедрение стратегии CRM возможно:
 - а) только в компании с определенным объемом бизнеса
 - б) только в компании с большим объемом бизнеса
 - в) в любой компании
20. Кем могут быть выполнены первые этапы защиты проекта CRM — определение и детализация бизнес-проблем и целей компании?
 - а) сотрудником компании — инициатором проекта
 - б) компанией-консультантом в области CRM-систем
 - в) компанией-поставщиком CRM-системы
21. Какое главное отличие персонализации по правилам от адаптивной?
 - а) для определения правил требуется участие человека
 - б) использует правила предоставления информации клиенту в соответствии с задачей, которую он пытается выполнить
 - в) изменение правил по мере взаимодействия с клиентом
22. Какой метод распределения звонков подразумевает последовательную доступность службы поддержки для всех временных зон по мере наступления рабочих часов в крупной компании?
 - а) Метод «балансирования нагрузки»
 - б) концепция «следуй за солнцем»
 - в) по расположению региональных офисов компании
23. Поиск скрытых возможностей в CRM-системе:
 - а) лучше будет выполнен специалистом по статистике
 - б) предполагает наличия в компании специалиста по продажам
 - в) может быть выполнен любым сотрудником компании
24. Правда ли, что:
 - а) большая доля стоимости внедрения CRM/Контакт-центра приходится на закупку оборудования рабочих мест операторов
 - б) аренда возможностей контакт-центра у аутсорсинговой компании сопровождается решением проблемы совместимости технологий CRM компании и аутсорсингового центра
 - в) создание собственного автоматизированного контакт-центра сопровождается высоким инвестиционным риском для компании
25. Модуль управления процессами CRM-системы
 - а) позволяет увеличить влияние человеческого фактора в процессе продаж
 - б) позволяет исключить влияние человеческого фактора в процессе продаж
 - в) позволяет уменьшить влияние человеческого фактора в процессе продаж

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 30
---	---	--------------------------------

26. Какой анализ позволяет определить будущее поведение клиента?
- анализ последовательности
 - ассоциативный анализ
 - анализ предсказания
27. Правильны ли высказывания?
- событийный маркетинг не требует высокого уровня автоматизации рабочих процессов
 - ценность клиента лучше рассчитывать на интеграции нескольких показателей о клиенте
 - персонализация позволяет удержать клиента
28. Что подразумевает выполнение каждого этапа процесса в модуле управления процессами CRM-системы?
- выполнение определенной последовательности действий, которые выполняются сотрудниками
 - выполнение определенной последовательности действий, которые могут выполняться как сотрудниками, так и программным модулем
 - выполнение определенного действия сотрудником
29. Что является целью анализа требований?
- требования, которые определяют, что должна представлять собой система после окончания проекта внедрения
 - детальные спецификации, которые однозначно определяют, что должна представлять собой система после окончания проекта внедрения
 - общие требования, которые определяют, что должна представлять собой система
30. Какие основные цели внедрения стратегии CRM при кризисном сценарии?
- контроль эффективности
 - реализация условий, налагаемых руководством
 - контроль за информацией
 - систематизация деятельности сотрудников
31. Тестовое задание открытого типа. Назовите определение: « ... — это маркетинг, который заключается в контакте бренда с целевой аудиторией через влиятельных лидеров мнений — инфлюенсеров.
32. Тестовое задание открытого типа. Назовите определение: « ...— интеграция различных каналов коммуникации с клиентом в единую систему.
33. Тестовое задание открытого типа. Назовите определение: « ...— это способ ведения бизнеса в интернете, при котором продавец реализует товары в интернет-магазине, при этом не имея собственного склада и службы доставки, а хранением и логистикой занимаются компании-поставщики.
34. Тестовое задание открытого типа. Назовите определение: « ...— это потенциальный клиент, который заинтересован в товаре или услуге и оставил свои контактные данные на сайте или другой площадке.

35. Тестовое задание открытого типа. Назовите определение: « ...— это адаптация продукта, услуги, контента под определенную аудиторию на основании данных о ней (демография, история покупок, интересы и другие персональные данные).
36. Тестовое задание открытого типа. Назовите определение: « ... — это аппаратно-программный комплекс, предназначенный для поиска в интернете и реагирующий на пользовательский запрос, который обычно задают в виде текстовой фразы (или, точнее, поискового запроса), выдачей ссылочного списка на информационные источники. Например, поисковая система Яндекс, Google, Yahoo.
37. Тестовое задание открытого типа. Назовите определение: « ...— это сервис, который представляет собой виртуального онлайн-консультанта, ведущего диалог с клиентом с помощью текстовых или голосовых сообщений.
38. Тестовое задание открытого типа. Назовите определение: « ... — программное обеспечение, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с клиентами, в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов.

Задание 39. Сопоставьте формы обслуживания с их содержанием (цифра-буква):

1. Абонементное	а) не предполагает непосредственного визуального общения потребителя и исполнителя услуги
2. Бесконтактное	б) заключается в предоставлении услуг по месту работы или месту жительства специальной бригадой предприятия сервиса.
3. Стационарное	с) заказчик, заключив договор с предприятием сервиса, получает право на оперативное обслуживание, проведение плановых профилактических процедур в течение срока действия договора
4. Передвижное	д) подразумевает обслуживание в специализированном месте с применением профессионального оборудования и привлечением подготовленного персонала

Задание 40. Расположите контактные зоны (от 0 до 3) в порядке увеличения зоны непосредственного визуального контакта с клиентом (буква-цифра):

А. сжатая контактная зона	3
Б. скрытая контактная зона	1
В. контактная зона, разделенная пространством	2
Г. контактная зона, разделенная стойкой	0

Задание 41. В офис вошел клиент. Он общителен, развязен, использует «ты»-общение. Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание 42. В офис вошел клиент. Скованная, напряженная поза (“зажатость”), рассчитанные движения, точные, скупые жесты, медленная “солидная” походка, бесстрастное лицо. Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание 43. В офис вошел клиент. Спокойные, плавные, уверенные движения, выразительные жесты, неторопливы, но всем видом показывают, что их время дорого стоит, пронизательный, все подмечающий взгляд, быстрый контакт, моментальная оценка ситуации и мгновенная реакция (иногда довольно “ядовитая”). Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание 44. В офис вошел клиент. В одежде и внешнем облике: небрежность и неряшливость, также возможна и ориентация на супермоду. Быстрые движения, оживленная жестикация, живая мимика, “всевидящий” взгляд

В диалогах часто перебивает: менеджер не успевает ответить на один вопрос, как от него уже ждут ответа на другой. Быстро и откровенно, без всякого стеснения оценивают ваш продукт и состояние дел компании. Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание 45. Соотнесите определение клиента по геометрическому признаку с его потребительским поведением (цифра – буква):

1. Зигзаг	А.Собран, сосредоточен, серьезен, прекрасно осведомлен
2. Круг	Б.Самолюбив, самоуверен, придирчив, подчеркнуто моден
3. Квадрат	В.Любопытен, смел, не уверен в себе, готов к открытиям и новинкам, импульсивен
4. Треугольник	Г.Общителен, эмоционален, навязчив, доверчив, податлив

Задание 46. Уравнение ценности услуги К. Лавлока звучит как...:

Ответ: Ценность, воспринимаемая клиентом – это сумма всех воспринимаемых потребителем преимуществ за вычетом суммы всех издержек, связанных с приобретением услуги.

Задание 47. Менеджеру необходимо описать ценность услуги по доставке еды. Какую модель можно ему порекомендовать?

Ответ: Модель ценности услуги В. Зейтамля.

Задание 48. В соответствии с уравнением К. Лавлока заполните свободные поля:

Ценность, воспринимаемая клиентом	Общая ценность для клиента	Общие издержки для клиента
	А.	1.
	Б.	2.
	В.	3.
	Г.	4.

Задание 49. Согласно модели ценности услуги В. Зейтамля блок «Воспринимаемое качество» содержит в себе...:

Ответ: 1. Внешние коммуникации, 2. Стиль общения, 3. Личный опыт персонала, 4. Личные потребности клиента

Задание 50. Расположите в правильном порядке этапы принятия решения о покупке (цифра – буква):

1.	А. Реакция а покупку
2.	Б. Поиск информации
3.	В. Возникновение потребности
4.	Г. Непосредственно покупка
5.	Д. Ранжирование

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.

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

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

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 34
---	---	--------------------------------

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 торговпроводящей 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

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 35
---	--	--

7.4. Содержание занятий семинарского типа

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 неосвязаемость, 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.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 36
---	---	--------------------------------

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

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 37</i>
--	---	---------------------------------------

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 усваиваемый 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 выражать 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;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 39
--	--	--

– 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. Клиентоориентированность как ключевая ценность современного конкурентоспособного бизнеса : монография / Е.Е. Жукова, Т.В. Суворова, В.В. Бурлаков, А.Л. Абаев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 287 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/2172769. - ISBN 978-5-16-020418-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2172769> . – Режим доступа: по подписке.

2. Калачев, С. Л. Сервисная деятельность : учебник для вузов / С. Л. Калачев, М. А. Николаева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 300 с. - ISBN 978-5-394-05342-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2133553>

3. Резник, Г. А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 202 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2680. - ISBN 978-5-16-005710-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2102179>

8.2. Дополнительная литература

1. Лукаш, Ю. А. Ваш клиент: кто он, как с ним общаться и чего ожидать? : учебное пособие / Ю. А. Лукаш. - Москва : Флинта, 2022. - 129 с. - ISBN 978-5-9765-5170-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?pid=1905772>

2. Резник, Г. А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Среднее профессиональное образо-

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 40
--	---	--------------------------------

вание). - ISBN 978-5-16-016211-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?pid=1241803>

3. Сервис Plus : научный журнал. - Москва : РГУТиС, 2022. - Т. 16, № 3. - 147 с. - ISSN 1993-7768. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?pid=1985778>

4. Коноплева, Н. А. Сервис в современной культуре / Н. А. Коноплева. - Москва : Директ-Медиа, 2020. - 332 с. - ISBN 978-5-4499-0715-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?pid=1963318>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Научно-технологическая инфраструктура Российской Федерации - URL: <https://ckprf.ru/ntirf/objects/istc/>

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

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. База данных сервисных центров «Сервисбокс» [профессиональная база данных]: <https://www.servicebox.ru/>
4. Справочная правовая система КонсультантПлюс <https://www.consultant.ru/>
5. Интернет-версия системы Гарант - информационно-правовой портал Гарант.ру <https://www.garant.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 техно-

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 41
---	---	--------------------------------

логий. 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.

"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.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 42
---	---	--------------------------------

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