

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет туризма и сервиса»
(ФГБОУ ВО «РГУТИС»)

**Федеральный ресурсный центр подготовки кадров для индустрии
туризма и гостеприимства**

ПРИНЯТО:
Ученым Советом
ФГБОУ ВО «РГУТИС»
Протокол
от 12 мая 2025 г. № 18

УТВЕРЖДАЮ
Директор Федерального ресурсного
центра подготовки кадров для
индустрии туризма и гостеприимства

_____ Картошкин С.А.
(подпись) (Ф. И. О.)

М. П.

« _____ » _____ 2025 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

**«Клиентоцентричность как стратегия создания конкурентных
преимуществ в индустрии гостеприимства»**

Программа повышения квалификации разработана совместно с
ООО «АККОРД менеджмент групп»

Московская область, 2025

Руководитель программы:

Генеральный директор
ООО «АККОРД менеджмент групп»

Е. Н. Гаранина

подпись

Согласовано:

заместитель директора Федерального ресурсного центра подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства

И. В. Насикан

подпись

начальник департамента методического обеспечения учебного процесса Федерального ресурсного центра подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства

Т. И. Оконникова

подпись

начальник департамента внутреннего мониторинга качества образования Федерального ресурсного центра подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства

А. С. Кусков

подпись

1. Аннотация программы

1.1. Цель освоения программы: совершенствование и формирование новых компетенций в рамках имеющейся квалификации, необходимых для профессиональной деятельности в области разработки и применения стратегии клиентоцентричности в индустрии гостеприимства.

1.2. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение: к освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие образование не ниже среднего профессионального.

1.3. Трудоемкость: 72 академических часа.

1.4. Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий.

1.5. Планируемые результаты освоения программы: перечень осваиваемых компетенций составлен с учетом требований профессионального стандарта «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц» (утвержден Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. № 282н) в соответствии с обобщенными трудовыми функциями А (5 уровень квалификации), В (6 уровень квалификации); С (7 уровень квалификации).

Таблица 1. Виды профессиональной деятельности и трудовые функции

Профессиональный стандарт / справочник квалификационных требований	Виды профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция / функциональные обязанности (уровень квалификации)	Трудовая функция
Профессиональный стандарт 33.007 «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц»	Управление гостиничным комплексом и иными средствами размещения	ОТФ А Управление текущей деятельностью сотрудников служб, отделов гостиничного комплекса (5 уровень квалификации)	А/01.5 Управление текущей деятельностью сотрудников службы приема и размещения; А/02.5 Управление текущей деятельностью сотрудников службы питания; А/03.5 Управление текущей деятельностью сотрудников службы гостиничного фонда
		ОТФ В Управление текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса (6 уровень квалификации)	В/01.6 Управление ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; В/02.6 Взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами; В/03.6 Контроль и оценка эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса

Профессиональный стандарт / справочник квалификационных требований	Виды профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция / функциональные обязанности (уровень квалификации)	Трудовая функция
		ОТФ С Стратегическое управление развитием гостиничного комплекса (7 уровень квалификации)	С/01.7 Анализ и оценка деятельности гостиничного комплекса; С/02.7 Разработка и реализация стратегии развития гостиничного комплекса; С/03.7 Управление проектами и изменениями в гостиничном комплексе

Таблица 2. Профессиональные компетенции в соответствии с видами профессиональной деятельности

Виды деятельности	Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения	Знания	Умения	Практический опыт
Управление гостиничным комплексом и иными средствами размещения	ПК-1 Способен формировать конкурентную стратегию предприятия гостеприимства, основанную на концепции клиентоцентричности	знает сущность понятия клиентоцентричности в гостеприимстве; знает преимущества позиционирования на основе клиентоцентричности; знает принципы и технологии формирования ценностного предложения, ориентированного на клиента гостиницы; знает системы управления качеством в сфере гостеприимства: стандарты обслуживания, системы контроля качества, бэнчмаркинг	умеет применять принципы и технологии создания уникального ценностного предложения, ориентированного на потребности целевой аудитории; умеет использовать клиентоцентричную стратегию в целях позиционирования предприятия гостеприимства; умеет разрабатывать и применять системы управления качеством в сфере гостеприимства	владеет навыками применения концепции клиентоцентричности для формирования конкурентной стратегии предприятия сферы гостеприимства

ПК-2 Способен использовать технологии и приемы создания уникального клиентского опыта в гостеприимстве	знает понятие и значение клиентского опыта; знает этапы пути клиента от первого контакта до завершения визита; знает технологии и приемы создания эмоциональной связи с клиентом; знает технологии и приемы использования обратной связи для улучшения клиентского опыта	умеет выявлять и анализировать точки взаимодействия с клиентом, определять пути их оптимизации; умеет применять технологии и приемы создания эмоциональной связи с клиентом; умеет применять технологии и приемы использования обратной связи для улучшения опыта	владеет навыками разработки уникальных предложений и услуг для целевой аудитории гостиницы
ПК-3 Способен использовать современные технологии, формирующие уникальный клиентский опыт в гостеприимстве	знает цифровые технологии, помогающие персонализировать гостиничный сервис; знает имеющиеся HR-платформы, формирующие лояльность персонала гостиницы; знает технологии дизайна гостевого пространства; знает принципы эргономики пространства для клиентов гостиницы	умеет использовать цифровые технологии для персонализации сервиса; умеет пользоваться HR-платформами, формирующими лояльность персонала отеля; умеет применять технологии дизайна гостевого пространства с учетом принципов эргономики	владеет навыками использования современных технологий, формирующих уникальный клиентский опыт в индустрии гостеприимства
ПК-4 Способен создавать и поддерживать клиентоцентричную культуру в гостеприимстве	знает принципы эргономика рабочих мест; знает методы мотивации и стимулирования сотрудников к предоставлению исключительного клиентского сервиса; знает подходы и методы обучения персонала клиентоориентированным навыкам и принципам дизайна клиентского опыта	умеет создавать комфортные и безопасные условия труда; умеет создавать систему мотивации и стимулирования сотрудников к предоставлению исключительного клиентского сервиса; умеет использовать подходы и методы обучения персонала клиентоориентированным навыкам и принципам дизайна клиентского опыта	владеет навыками создания и поддержания клиентоцентричной культуры в гостеприимстве

2. Учебный план

№ п/п	Перечень модулей и разделов	Трудоемкость, час	Контактная работа, час			СРС
			Лек- ции	Прак- тиче- ские за- нятия	в т.ч. в форме практи- ческой подго- товки	
1.	Клиентоцентричность как стратегия конкурентоспособности в гостеприимстве	12	2	4	1	6
1.1.	Клиентоцентричность как конкурентная стратегия дифференциации: создание уникального ценностного предложения, ориентированного на потребности целевой аудитории	6	1	2	-	3
1.2.	Управление качеством в сфере гостеприимства: стандарты обслуживания, системы контроля качества	6	1	2	1	3
2.	Дизайн клиентского опыта, обеспечивающего конкурентные преимущества	12	2	4	4	6
2.1.	Понятие клиентского опыта, его значение в гостеприимстве. Этапы пути клиента от первого контакта до завершения визита. Анализ точек взаимодействия и их оптимизация	6	1	2	2	3
2.2.	Создание эмоциональной связи с клиентом. Использование обратной связи для улучшения опыта. Разработка уникальных предложений и услуг для целевой аудитории	6	1	2	2	3
3.	Технологии, формирующие новый клиентский опыт в гостеприимстве	24	6	6	6	12
3.1.	Цифровые технологии, помогающие персонализировать сервис: CRM-системы, PMS-системы, мобильные приложения, чат-боты, платформы аналитики данных, IoT (интернет вещей)	8	2	2	2	4
3.2.	HR-платформы, формирующие лояльность персонала	8	2	2	2	4
3.3.	Технологии дизайна гостевого пространства, эргономика пространства для гостей	8	2	2	2	4
4.	Построение и поддержание клиентоцентричной культуры как основа устойчивого конкурентного преимущества в гостеприимстве	24	6	6	4	12
4.1.	Эргономика рабочих мест: создание комфортных и безопасных условий труда для повышения производительности и удовлетворенности персонала	8	2	2	2	4
4.2.	Разработка системы мотивации и стимулирования сотрудников к предоставлению исключительного клиентского сервиса	8	2	2	1	4
4.3.	Обучение персонала клиентоориентированным навыкам и принципам дизайна клиентского опыта	8	2	2	1	4
Итоговая аттестация		в форме зачета				
ИТОГО		72	16	20	15	36

3. Календарный учебный график

УЗ ДОТ – учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий

СРС – самостоятельная работа слушателей

ИА – итоговая аттестация

Период обучения – 5 недель				
1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя	5 неделя
УЗ ДОТ, СРС	УЗ ДОТ, СРС	УЗ ДОТ, СРС	УЗ ДОТ, СРС	УЗ ДОТ, СРС, ИА

4. Рабочие программы

Раздел 1. Клиентоцентричность как стратегия конкурентоспособности в гостеприимстве

Тема 1.1. Клиентоцентричность как конкурентная стратегия дифференциации: создание уникального ценностного предложения, ориентированного на потребности целевой аудитории (1 ч. – лекция; 2 ч. – практическое занятие, 3 ч. – самостоятельная работа).

Содержание темы: формирование ценностного предложения, ориентированного на клиента (гостя); преимущества и недостатки прямого и косвенного взаимодействия с клиентами и гостями; инструменты клиентоцентричного маркетинга; офлайн и онлайн-технологии построения отношений с клиентами; кампании по вовлечению и лояльности клиентов; результаты маркетинговых исследований потребностей и ожиданий целевой аудитории; позиционирование на основе клиентоцентричности; материальное свидетельство клиентоцентричного подхода.

Тема 1.2. Управление качеством в сфере гостеприимства: стандарты обслуживания, системы контроля качества, бэнчмаркинг (1 ч. – лекция; 2 ч. – практическое занятие, в том числе 1 ч. – в форме практической подготовки, 3 ч. – самостоятельная работа).

Содержание темы: услуга гостеприимства как продукт с переменным качеством. Свойства качественной услуги в сфере гостеприимства; факторы, влияющие на восприятие качества; формирование стандартов обслуживания; традиционные и инновационные методы контроля качества; преимущества и недостатки различных систем контроля качества; инструменты управления качеством; технологии сбора обратной связи от гостей; программы повышения качества обслуживания; результаты анализа удовлетворенности гостей и выявления проблемных зон; бэнчмаркинг в сфере гостеприимства в контексте построения клиентоцентричной конкурентной стратегии

Раздел 2. Дизайн клиентского опыта, обеспечивающего конкурентные преимущества

Тема 2.1. Понятие клиентского опыта, его значение в гостеприимстве. Этапы пути клиента от первого контакта до завершения визита. Анализ точек взаимодействия и их оптимизация (1 ч. – лекция; 2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 3 ч. – самостоятельная работа).

Содержание темы: понятие клиентского опыта, его значение в гостеприимстве; этапы пути клиента от первого контакта до завершения визита; анализ точек взаимодействия и их оптимизация; клиентский опыт (CX) как продукт стратегического управления; свойства положительного клиентского опыта; факторы, формирующие ценность клиентского опыта; формирование стратегии управления клиентским опытом; традиционные и инновационные подходы к проектированию CX; преимущества и недостатки различных методологий; инструменты анализа и проектирования CX; офлайн и онлайн-технологии сбора данных о клиентском опыте; CX-ориентированные кампа-

нии и программы; результаты исследований влияния CX на лояльность и прибыльность; позиционирование бренда через призму клиентского опыта; Customer Journey Map (карта пути клиента) как инструмент визуализации и оптимизации CX; материальное воплощение разработанного клиентского опыта и сервиса.

Тема 2.2. Создание эмоциональной связи с клиентом. Использование обратной связи для улучшения опыта. Разработка уникальных предложений и услуг для целевой аудитории (1 ч. – лекция; 2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 3 ч. – самостоятельная работа).

Содержание темы: свойства предложения, создающего выдающийся клиентский опыт; использование инсайтов CX для улучшения существующих услуг; формирование концепции новой услуги на основе данных о клиентском опыте; традиционные и инновационные методы генерации идей для новых продуктов и услуг; преимущества и недостатки различных подходов к разработке; инструменты исследования и тестирования прототипов новых предложений; офлайн и онлайн-технологии сбора обратной связи от клиентов на этапах разработки; кампании по вовлечению клиентов в процесс создания продукта; результаты анализа соответствия нового предложения потребностям целевой аудитории; позиционирование новых предложений на основе преимуществ клиентского опыта; Customer Journey Map (карта пути клиента) как инструмент для проектирования идеального опыта использования новой услуги; материальное воплощение новой услуги (например, MVP – минимально жизнеспособный продукт, запуск бета-версии и др.).

Раздел 3. Технологии, формирующие новый клиентский опыт в гостеприимстве

Тема 3.1. Цифровые технологии, помогающие персонализировать сервис: CRM-системы, PMS-системы, мобильные приложения, чат-боты, платформы аналитики данных, IoT (интернет вещей) (2 ч. – лекция; 2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 4 ч. – самостоятельная работа).

Содержание темы: свойства персонализированного сервиса, повышающие удовлетворенность клиентов; использование данных для кастомизации предложений и коммуникаций; формирование технологической стратегии персонализации; традиционные и инновационные цифровые решения для персонализации; преимущества и недостатки различных технологических платформ (CRM, PMS, и т. д.); инструменты автоматизации маркетинга и продаж, основанные на данных; офлайн и онлайн-технологии сбора и анализа данных о клиентах; кампании по внедрению и продвижению персонализированных сервисов; мобильное приложение как платформа для предоставления персонализированного сервиса; материальное свидетельство использования цифровых технологий для персонализации (например, индивидуальные предложения в приложении, автоматическое приветствие по имени, умные номера в отеле IoT, интерактивное меню и др.).

Тема 3.2. HR-платформы, формирующие лояльность персонала (2 ч. – лекция; 2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 4 ч. – самостоятельная работа).

Содержание темы: свойства цифровых инструментов, повышающих лояльность сотрудников; использование технологий для улучшения коммуникаций и вовлеченности; формирование цифровой стратегии повышения лояльности персонала; традиционные и инновационные цифровые решения для работы с сотрудниками; преимущества и недостатки различных HR-Tech платформ (системы управления талантами, платформы для обучения, внутренние социальные сети); инструменты автоматизации HR-процессов и улучшения рабочего опыта; офлайн и онлайн-технологии сбора и анализа данных об удовлетворенности и вовлеченности сотрудников; кампании по внедрению и продвижению цифровых HR-инициатив; результаты анализа влияния цифровых инструментов на показатели удержания персонала и производительность; позиционирование компании как привлекательного работодателя, использующего современные технологии для сотрудников; мобильное приложение как платформа для внутреннего общения и предоставления HR-сервисов; материальное свидетельство использования цифровых технологий для повышения лояльности сотрудников (автоматизированные системы премирования, платформы для обмена знаниями, виртуальные тренинги и др.).

Тема 3.3. Технологии дизайна гостевого пространства, эргономика пространства для гостей (2 ч. – лекция; 2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 4 ч. – самостоятельная работа).

Содержание темы: свойства комфортного, функционального гостевого пространства; использование технологий для оптимизации гостевого опыта; формирование концепции дизайна, ориентированной на потребности гостей; традиционные и инновационные технологии в дизайне интерьера и экстерьера; преимущества и недостатки различных стилей и материалов; офлайн и онлайн-технологии сбора данных о предпочтениях гостей в дизайне; анализ влияния дизайна на удовлетворенность и лояльность гостей; позиционирование объекта гостеприимства как места с уникальным и комфортным дизайном; эргономика пространства как ключевой фактор комфорта и безопасности гостей; материальное свидетельство продуманного дизайна (удобная мебель, интуитивно понятная навигация, адаптивное освещение и др.); эстетический интеллект и его использование в бизнесе.

Раздел 4. Построение и поддержание клиентоцентричной культуры, как основа устойчивого конкурентного преимущества в гостеприимстве

Тема 4.1. Эргономика рабочих мест: создание комфортных и безопасных условий труда для повышения производительности и удовлетворенности персонала (2 ч. – лекция; 2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 4 ч. – самостоятельная работа).

Содержание темы: свойства эргономичного и безопасного рабочего места; использование принципов эргономики для оптимизации рабочего про-

цесса; формирование стандарта рабочего места, соответствующего требованиям эргономики; традиционные и инновационные решения для создания эргономичных рабочих мест; преимущества и недостатки различных типов мебели и оборудования; анализ влияния эргономики на производительность, здоровье и удовлетворенность персонала; позиционирование компании как заботящейся о благополучии своих сотрудников; оценка рисков, связанных с неправильной организацией рабочих мест в условиях ситуации на рынке труда.

Тема 4.2. Разработка системы мотивации и стимулирования сотрудников к предоставлению исключительного клиентского сервиса (2 ч. – лекция; 2 ч. – практическое занятие, в том числе 1 ч. – в форме практической подготовки, 4 ч. – самостоятельная работа).

Содержание темы: свойства системы мотивации, ориентированной на улучшение СХ; использование системы мотивации для формирования клиентоцентричной культуры; формирование критериев оценки и поощрения сотрудников за качественный сервис; традиционные и инновационные методы мотивации персонала; преимущества и недостатки различных систем стимулирования (материальные, нематериальные); инструменты оценки эффективности системы мотивации; офлайн и онлайн-технологии сбора обратной связи от сотрудников и клиентов (гостей) о качестве сервиса; анализ влияния мотивации на удовлетворенность клиентов (гостей) и показатели удержания; позиционирование компании как организации, ценящей сотрудников, предоставляющих исключительный сервис; примеры успешных программ мотивации в индустрии гостеприимства.

Тема 4.3. Обучение персонала клиентоориентированным навыкам и принципам дизайна клиентского опыта (2 ч. – лекция; 2 ч. – практическое занятие, в том числе 1 ч. – в форме практической подготовки, 4 ч. – самостоятельная работа).

Содержание темы: сравнение понятий клиентоцентричность и клиентоориентированность; свойства клиентоориентированного персонала, способного создавать выдающийся СХ; использование принципов дизайна клиентского опыта в процессе обучения; формирование программы обучения, ориентированной на потребности целевой аудитории; традиционные и инновационные методы обучения клиентоориентированным навыкам; инструменты оценки эффективности обучения; анализ влияния обучения на качество сервиса, удовлетворенность клиентов и показатели удержания персонала; позиционирование компании как организации, инвестирующей в развитие своих сотрудников и повышение качества обслуживания; примеры успешных программ обучения клиентоориентированности в индустрии гостеприимства.

Практическая подготовка проводится в образовательной организации работодателями с целью освоения и совершенствования профессиональных компетенций, связанных с видом профессиональной деятельности.

Практико-ориентированные задания для самостоятельной работы приведены в учебной тетради для самостоятельной работы слушателя.

4. Формы аттестации и оценочные материалы

Форма итоговой аттестации – зачет, включающий в себя выполнение и сдачу слушателем образовательной программы в письменной форме в виде заданий по разделам курса. Зачет охватывает все компетенции, сформированные в результате освоения программы:

ПК -1 Способен формировать конкурентную стратегию предприятия гостеприимства, основанную на концепции клиентоцентричности;

ПК-2 Способен использовать технологии и приемы создания уникального клиентского опыта в гостеприимстве;

ПК-3 Способен использовать современные технологии, формирующие уникальный клиентский опыт в гостеприимстве;

ПК-4 Способен создавать и поддерживать клиентоцентричную культуру в гостеприимстве.

Практико-ориентированные задания подготовки к итоговой аттестации приведены в учебной тетради для самостоятельной работы слушателя.

Структура и содержание задания:

1. Разработайте концептуальный план клиентоцентричной стратегии для отеля, определяющий ключевые направления, цели и инструменты, которые будут использованы в следующих заданиях.

2. Разработайте детализированный план улучшения клиентского опыта для прямых каналов бронирования в отеле (сайт, телефон, мессенджеры) одного из ключевых сегментов целевой аудитории, выбранного в предыдущем задании, используя Customer Journey Map (СJM) и другие инструменты проектирования CX.

3. Разработайте план внедрения цифровых технологий в отеле для улучшения клиентского опыта (в соответствии с СJM, разработанным в предыдущем задании) и повышения вовлеченности сотрудников.

4. Разработайте комплексный план по формированию и поддержанию клиентоцентричной культуры в отеле, охватывающий вопросы эргономики рабочих мест, мотивации и обучения персонала.

Требования к выполнению и критерии оценки задания:

<i>Вопрос</i>	<i>Ожидаемый результат</i>
1. Разработайте концептуальный план клиентоцентричной стратегии для отеля, определяющий ключевые направления, цели и инструменты, которые будут ис-	Определен объект исследования. Описана текущая ситуация с точки зрения клиентоориентированности. Определена целевая аудитория. Сформировано ценностное пред-

пользованы в следующих заданиях	ложение. Определены ключевые направления стратегии. Определены цели и показатели эффективности. Сформирован план действий 2-3 конкретных шага для реализации выбранных направлений
2. Разработайте детализированный план улучшения клиентского опыта для прямых каналов бронирования в отеле (сайт, телефон, мессенджеры) одного из ключевых сегментов целевой аудитории, выбранного в предыдущем задании, используя Customer Journey Map (CJM) и другие инструменты проектирования CX.	Определены ключевые этапы пути клиента. Разработана CJM. Выделены «моменты истины» (Moments of Truth) – 2-3 ключевые точки контакта, которые оказывают наибольшее влияние на его общее впечатление об отеле. Разработаны шаги по решению проблем в точках контакта
3. Разработайте план внедрения цифровых технологий в отеле для улучшения клиентского опыта (в соответствии с CJM, разработанным в предыдущем задании) и повышения вовлеченности сотрудников	Определены области, в которых внедрение технологий может улучшить условия работы и повысить вовлеченность сотрудников. Для каждой выбранной фокусной области выбраны конкретные цифровые технологии, которые можно внедрить. Приведено краткое обоснование выбора, учитывая потребности клиентов, возможности отеля и бюджетные ограничения. Проведена оценка ROI от внедрения выбранных технологий основе ожидаемых улучшений в клиентском опыте, повышении лояльности сотрудников и увеличении эффективности работы
4. Разработайте комплексный план по формированию и поддержанию клиентоцентричной культуры в отеле, охватывающий вопросы эргономики рабочих мест, мотивации и обучения персонала	Проведена оценка существующей культуры. Определены сильные и слабые стороны. Сформулированы четкие цели и ценности, которые будут лежать в основе клиентоцентричной культуры. Определите конкретные меры по улучшению эргономики рабочих мест, учитывая специфику различных отделов и должностей. Разработан план коммуникации и вовлечения сотрудников, который поможет донести цели и ценности клиентоцентричной культуры, а также информацию о новых инициативах и программах

Зачет считается сданным (получена оценка «зачтено»), если слушатель полностью ответил не менее чем на два вопроса задания.

Требования к оформлению и предоставлению задания:

Задания выполняется в печатном виде в редакторе Microsoft Word, шрифт Times New Roman, 12 кегль, интервал 1,0.

Объем работы: не более 4 стр. формата А4.

В начале работы указываются Ф. И. О., телефон, e-mail, сфера деятельности и должность слушателя.

Содержание выполненного задания оформляется в виде таблицы:

<i>Вопрос</i>	<i>Ответ</i>
1. Разработайте концептуальный план клиентоцентричной стратегии для отеля, определяющий ключевые направления, цели и инструменты, которые будут использованы в следующих заданиях	
2. Разработать детализированный план улучшения клиентского опыта для одного из ключевых сегментов целевой аудитории, выбранного в предыдущем задании, используя Customer Journey Map (CJM) и другие инструменты проектирования CX	
3. Разработайте план внедрения цифровых технологий в отеле для улучшения клиентского опыта (в соответствии с CJM, разработанным в предыдущем задании) и повышения вовлеченности сотрудников	
4. Разработайте комплексный план по формированию и поддержанию клиентоцентричной культуры в отеле, охватывающий вопросы эргономики рабочих мест, мотивации и обучения персонала	

Выполненное задание подписывается слушателем и загружается в личный кабинет слушателя в виде качественной сканированной копии в формате PDF или качественного изображения (JPEG) .jpe .jpeg .jpg.

Оценка за выполненное задание выставляется руководителем программы и публикуется в личном кабинете слушателя.

6. Организационно-педагогические условия реализации

6.1. Материально-технические условия

Вид учебного занятия	Материально-технические условия
Учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий	Доступ педагогических работников и слушателей к цифровой платформе обучения РГУТИС, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиокolonками и (или) наушниками, доступом в сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, веб-камерой, микрофоном, офисным программным пакетом, программами для работы с документами с расширением .pdf. Дополнительно для организаторов необходимы студия для видеозаписи занятий и проведения онлайн-занятий, программное обеспечение для создания онлайн-конференций, записи видео и потокового вещания, видеоредактор.
Самостоятельная работа слушателей	Доступ к цифровой платформе обучения РГУТИС, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиокolonками и (или) наушниками, доступом в сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, офисным пакетом, программами для работы с документами с расширением .pdf.
Итоговая аттестация	Доступ к цифровой платформе обучения РГУТИС, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиокolonками и (или) наушниками, доступом в

	сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, офисным пакетом, программами для работы с документами с расширением .pdf.
--	--

6.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

В число учебно-методических материалов программы включены: учебная тетрадь, содержащая учебные материалы для самостоятельной работы слушателей, список рекомендуемой литературы и перечень информационных источников (является неотъемлемой частью программы повышения квалификации).

Список рекомендуемой литературы:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462
2. Национальный проект «Туризм и гостеприимство» (введен Приказом Минфина России от 11.06.2021 г. № 78н). – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/np_turizm_i_gostepriimstvo/
3. Государственные стандарты клиентоцентричности. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/directions/gosudarstvennoe_upravlenie/gosudarstvo_dlya_lyudey/standarty_klientocentrchnosti
4. Официальный сайт программы «Государство для людей» (ранее название «Клиентоцентричное государство»: <https://государстводлялюдей.рф>.
5. Бакиров А. Разговорный гипноз: практический курс / А. Бакиров. – М.: Эксмо, 2024. – 384 с.
6. Балахнин И. Маршрут построен! Применение карт путешествия потребителя для повышения продаж и лояльности / И. Балахнин. – М.: Интеллектуальная литература, 2019. – 148 с.
7. Барлоу Д. Жалоба – это подарок. Как сохранить лояльность клиентов в сложных ситуациях / Д. Барлоу, К. Мёллер. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. – 352 с.
8. Баумайстер Р. Эффект негативности: как способность замечать плохое трансформирует нашу реальность / Р. Баумайстер, Д. Тирни. – М.: Эксмо, 2021. – 448 с.
9. Беквит Г. Продавая незримое: руководство по современному маркетингу услуг / Г. Беквит. – М.: Альпина Паблишер, 2025. – 252 с.
10. Даффи К. Клиент всегда доволен. Как управлять ожиданиями, опытом и памятью клиентов / К. Даффи. – М.: Бомбора, 2022. – 360 с.
11. Зарьков Б. К. Менеджмент глазами ресторатора: как научиться эффективно управлять собой, компанией и людьми / Б. К. Зарьков. – М.: bookwings, 2024. – 392 с.

12. Котлер Ф. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения: учебник / Ф. Котлер, С. Айвен, К. Хермаван. – М.: Эксмо, 2023. – 272 с.
13. Лобель Т. Теплая чашка в холодный день: Как физические ощущения влияют на наши решения / Т. Лобель. – М.: Альпина паблишер, 2015. – 259 с.
14. Матвеева А. А. Здоровый сервис: как сделать клиента счастливым, а бренд успешным / А. А. Матвеев, И. Довгань. – СПб.: Питер, 2025.
15. Недякин М. Искренний сервис. Как мотивировать сотрудников сделать для клиента больше, чем достаточно. Даже, когда шеф не смотрит / М. Недякин. – М.: Эксмо, 2025. – 224 с.
16. Питерс Т. Эти важные мелочи: 163 способа добиться совершенства / Т. Питерс. – М. Альпина Паблишер, 2018. – 609 с.
17. Хайкен Ш. Клиентам это нравится: 52 правила для сервиса на высшем уровне / Ш. Хайкен. – М.: ЭКСМО, 2015. – 256 с.
18. Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – М.: Эксмо, 2025. – 528 с.
19. Шульце Х. Ritz-Carlton: правила бизнеса от основателя сети отелей высшего класса / Х. Шульце. – М.: Издательство АСТ, 2019. – 155 с.

Информационные материалы:

1. СПС «КонсультантПлюс»: <http://www.consultant.ru>
2. Интернет-версия справочно-правовой системы «Гарант» (информационно-правовой портал «Гарант.ру»): <http://www.garant.ru>
3. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru>
4. Материалы по теме федерального проекта «Государство для людей» <https://minjust.gov.ru/ru/pages/materialy-po-teme-federalnogo-proekta-gosudarstvo-dlya-lyudej>

6.3. Кадровые условия

Реализация программы обеспечивается ведущими преподавателями и научными работниками университета, а также ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности, имеющими высшее образование.

Сведения о кадровом составе

Ф. И. О. преподавателя	Образование, вуз, специальность, квалификация	Место работы, должность; основное/дополнительное место работы	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой темы
					Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
Гаранина Екатерина Николаевна	Высшее образование, Харьковская государственная академия технологии и организации питания, 1996 г., специальность «Менеджмент в производственной сфере», квалификация «Экономист-менеджер», Российский государственный университет туризма и сервиса, 2016 г., магистратура по направлению «Гостиничное дело», квалификация «Магистр»	ООО «Аккорд менеджмент групп», генеральный директор	кандидат педагогических наук, доцент	29	29	29	Тема 1.1. Клиентоцентричность как конкурентная стратегия дифференциации: создание уникального ценностного предложения, ориентированного на потребности целевой аудитории; тема 3.1. Цифровые технологии, помогающие персонифицировать сервис: CRM-системы, PMS-системы, мобильные приложения, чат-боты, платформы аналитики данных, IoT (интернет вещей); тема 3.2. HR-платформы, формирующие лояльность персонала; тема 3.3. Технологии дизайна гостевого пространства, эргономика пространства для гостей; тема 4.1. Эргономика рабочих мест: создание комфортных и безопасных условий труда для повышения производительности и удовлетворенности персонала; тема 4.2. Эргономика рабочих мест: создание комфорт-

Ф. И. О. преподавателя	Образование, вуз, специальность, квалификация	Место работы, должность; основное/дополнительное место работы	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой темы
					Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
							ных и безопасных условий труда для повышения производительности и удовлетворенности персонала
Горбунов Сергей Валерьевич	Высшее образование, Институт международных экономических связей, 2006 г., направление «Экономика», квалификация «Бакалавриат»	ООО «Сервис гуру», генеральный директор	-	20	17	17	Тема 3.2. HR-платформы, формирующие лояльность персонала
Гончаров Роман Михайлович	Высшее образование, Пятигорский государственный технологический университет, 2009 г., специальность «Социально-культурный сервис и туризм», квалификация «Специалист по сервису и туризму»	АО «Управляющая компания Инновационного научно-технологического центра Сириус», гостиница «Дельта Сириус», операционный управляющий	-	16	9	9	Тема 1.1. Клиентоцентричность как конкурентная стратегия дифференциации: создание уникального ценностного предложения, ориентированного на потребности целевой аудитории; тема 4.2. Разработка системы мотивации и стимулирования сотрудников к предоставлению исключительного клиентского сервиса
Каневская Татьяна Олеговна	Высшее образование, Дальневосточная государственная морская академия им. адмирала Г.И. Невельского, 2000 г., направление «Менеджмент», квалификация «Бакалавр менеджмента»	ООО «Аккорд менеджмент групп», директор по персоналу и стандартам сервиса	-	27	10	10	Тема 1.2. Управление качеством в сфере гостеприимства: стандарты обслуживания, системы контроля качества; тема 4.1. Эргономика рабочих мест: создание комфортных и безопасных условий труда для повышения

Ф. И. О. преподавателя	Образование, вуз, специальность, квалификация	Место работы, должность; основное/дополнительное место работы	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой темы
					Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
							производительности и удовлетворенности персонала; тема 4.3. Обучение персонала клиентоориентированным навыкам и принципам дизайна клиентского опыта
Фандюшина Юлия Александровна	Высшее образование, Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики, 2008 г., специальность «Маркетинг», квалификация «Маркетолог»	ИП «Фандюшина Юлия Александровна»	-	22	12	12	Тема 2.1. Понятие клиентского опыта, его значение в гостеприимстве. Этапы пути клиента от первого контакта до завершения визита. Анализ точек взаимодействия и их оптимизация; Тема 2.2. Создание эмоциональной связи с клиентом. Использование обратной связи для улучшения опыта. Разработка уникальных предложений и услуг для целевой аудитории
Марцинкевич Елена Эдуардовна	Высшее образование, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2015 г., специальность «Экономика и управление на предприятии», квалификация «Экономист-менеджер» (туризм и гостиничное хозяйство)	ИП «Фандюшина Юлия Александровна», бизнес-тренер	-	8	8	8	Тема 2.1. Понятие клиентского опыта, его значение в гостеприимстве. Этапы пути клиента от первого контакта до завершения визита. Анализ точек взаимодействия и их оптимизация

Ф. И. О. преподавателя	Образование, вуз, специальность, квалификация	Место работы, должность; основное/дополнительное место работы	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой темы
					Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
Синягин Сергей Николаевич	Высшее образование, Астраханский государственный технический университет, 2017 г., бакалавриат по направлению «Управление водным транспортом и гидрографическое обеспечение судоходства», квалификация «Бакалавр»	ООО «Эквио», менеджер по работе с клиентами в сфере HoReCa	-	5	3	3	Тема 4.3. Обучение персонала клиентоориентированным навыкам и принципам дизайна клиентского опыта
Егорова Татьяна Александровна	Высшее образование, Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева, 2001 г., специальность «Теория и методика преподавания иностранных языков и культур», квалификация «Лингвист, преподаватель по специальности «Теория и методика преподавания иностранных языков и культур»	ООО «Эквио», эксперт по обучению и развитию команд продаж	-	20	10	10	Тема 2.2. Создание эмоциональной связи с клиентом. Использование обратной связи для улучшения опыта. Разработка уникальных предложений и услуг для целевой аудитории