МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.ДВ.07.01
(индекс дисциплины)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01DC6AD50060B31F8548AD86A129AAA476
Владелец: Искосков Максим Олегович
Действителен: с 22.09.2025 до 22.09.2026

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Клиентоориентированные системы

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки (специальности)
38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль)/специализация
Производственный менеджмент

Форма обучения: очно-заочная

Год набора: 2021

Общая трудоемкость: 4 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	**5**	**Итого**
Форма контроля / **Вид занятий**	**Зачет**	
Лекции	4	4
Лабораторные		
Практические	6	6
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР		
Промежуточная аттестация	0,25	0,25
Контактная работа	10,25	10,25
Самостоятельная работа	133,75	133,75
Контроль		
Итого	144	144

Рабочую программу составил(и):
старший преподаватель института финансов, экономики и управления Быкова Н.Н.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:

[X] Отсутствует

[ ] Рецензент

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент

Срок действия рабочей программы дисциплины до «31» августа 2025 г.

УТВЕРЖДЕНО

На заседании института финансов, экономики и управления (протокол заседания № 1 от 28.08.2020).

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование целостной системы знаний в области теории и практики взаимоотношений с потребителями, обеспечивающей предприятию устойчивое конкурентное преимущество в условиях высокой степени изменчивости среды.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: «Предпринимательская деятельность», «Микроэкономика», «Управление личной эффективностью», «От идеи к прибыли», «Комплекс маркетинга» и др.

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Управление результативностью», «Экономико-правовое сопровождение бизнеса», «Корпоративная и социальная ответственность», «Управление бизнес-процессами», «Современные технологии и методы управления» и др.

3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	**Индикаторы достижения компетенций** (код и наименование)	**Планируемые результаты обучения**
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.8 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде УК-3.9 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентацией результатов команд	**Знать:** – особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает / взаимодействует, учитывает их в своей деятельности; – методы социального взаимодействия
		Уметь: – предвидеть результаты (последствия) личных действий; применять принципы социального взаимодействия
		Владеть: – способностью планировать последовательность шагов для достижения заданного результата; практическими навыками социального взаимодействия

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	**Индикаторы достижения компетенций** (код и наименование)	**Планируемые результаты обучения**
ПК-6 Способен осуществлять взаимодействие с внутренними и внешними поставщиками	ПК-6.3 Готов к осуществлению взаимодействия с внутренними и внешними поставщиками, потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности	**Знать:** – основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм бизнес-коммуникации, методы межкультурного взаимодействия с внутренними и внешними поставщиками, потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности; – основы деловых и межличностных коммуникаций, правила проведения совещаний и собраний трудового коллектива, способы формирования лояльности внутренних и внешних поставщиков, потребителей, партнеров и других заинтересованных сторон в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности
		Уметь: – соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей внутренних и внешних поставщиков, потребителей, сотрудников, партнеров и других заинтересованных сторон в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности; – проведение встреч, переговоров и презентаций продукции, товаров, работ и услуг предприятия потребителям, партнерам и другим заинтересованным сторонам в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	**Индикаторы достижения компетенций** (код и наименование)	**Планируемые результаты обучения**
		Владеть: – навыками организации устных и письменных коммуникаций с внутренними и внешними поставщиками, потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности; – навыками разрешения проблемных ситуаций внутренних и внешних поставщиков, потребителей, партнеров и других заинтересованных сторон в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности

4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Модуль 1. Теоретические основы управления взаимоотношениями с клиентами	Лек, Пр	Тема 1.1 Историко-экономические предпосылки возникновения концепции клиентоориентированности Тема 1.2 Современные предпосылки возникновения и развития концепции клиентоориентированности Тема 1.3 Теоретические предпосылки концепции клиентоориентированности Тема 1.4 Теоретические основы концепции клиентоориентированности Тема 1.5 Клиент как ключевая фигура бизнеса Тема 1.6 Многообразие человеческих потребностей. Классификация потребностей в клиентоориентированном подходе Тема 1.7 Товар. Ценность товара для потребителя Тема 1.8 Теории потребления различных экономических школ Тема 1.9 Рационализм. Особенности поведения клиентов Тема 1.10 Ожидания и предпочтения клиентов цифрового поколения Тема 1.11 Основные тенденции изменения предпочтений российского потребителя	5	6	27	–	Промежуточный тест по темам 1.1-1.11 (по модулю 1) Вопросы для учебника по темам 1.1-1.11 Выполнение задания по темам 1.1-1.11 (Задания 1, 2)

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Модуль 2. Основы организации клиентоориентированной компании	Лек, Пр	Тема 2.1 Организация клиентоориентированной компании Тема 2.2 Типология клиентов компании Тема 2.3 Портрет клиента. Buyer Personas Тема 2.4 Формирование идеологии клиентоориентированной компании Тема 2.5 Отток клиентов. Сущность, метод расчета, пути предотвращения оттока Тема 2.6 Метрики оценки клиентского опыта Тема 2.7 Программа лояльности Тема 2.8 Точки контакта потребителя с брендом Тема 2.9 Картирование пути клиента. Customer Journey Map Тема 2.10 Организация обратной связи в клиентоориентированной компании Тема 2.11 Обратная связь. Классификация Тема 2.12 Опрос как эффективный инструмент обратной связи Тема 2.13 Анализ клиентов как основа развития компании	5	6	30	–	Промежуточный тест по темам 2.1-1.13 (по модулю 2) Вопросы для учебника по темам 2.1-2.13 Выполнение задания по темам 2.1-2.13 (Задания 3, 4)
	Ср	Самостоятельная работа	5	131,75	–	–	Повторение пройденного учебного материала, чтение рекомендованной литературы Работа с электронными источниками Подготовка к сдаче итогового тестирования

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	ПА	Промежуточная аттестация	5	0,25	–	–	
		Итоговое тестирование	5		**40**	–	
		Заполнение анкеты	5		**3**		
Итого:				**144**	**100**		

5. Образовательные технологии

С целью формирования компетенций у студентов в учебном процессе используются традиционные и дистанционные образовательные технологии.

6. Методические указания по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает ознакомление с аудио-/видеолекциями электронного учебника, получение консультаций преподавателя на форуме и комментариев к выполненным практическим заданиям, а также:

1. Самостоятельное изучение материалов электронного учебника с разделением на лекции и с тестами для самоконтроля по каждой лекции, анализ поведения обучающихся при помощи LRS-системы и Experience API, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга.
2. Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга.
3. Самостоятельное тестирование по банку тестовых заданий не менее 600 вопросов, анализ поведения тестирующихся при помощи LRS-системы и Experience API, контроль смены IP-адресов, удаленная аутентификация при помощи распознавания лиц, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга.

Для осуществления указанных видов работ необходимо следующее оборудование: LMS-система на основе Moodle, компьютер (либо планшет, либо смартфон).

При подготовке к ответам на тесты по темам курса и выполнению типовых заданий студенту необходимо тщательно изучить предлагаемую литературу, нормативные правовые акты, учебный материал.

Студент самостоятельно работает с дополнительной и основной литературой, нормативными актами, интернет-ресурсами.

При изучении дисциплины необходимо:

1. Изучить материалы темы, выполнить промежуточный тест по теме.
2. При необходимости задать вопросы преподавателю в форуме.
3. После изучения курса выполнить итоговый тест.
4. Разместить на личной странице курса выполненные задания практикума (при наличии) для проверки преподавателем.

Методические рекомендации студентам для самостоятельной работы

Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа выполняет ряд функций, среди которых особенно выделяются:

– развивающая (повышение культуры умственного труда, приобщение к творческим видам деятельности, обогащение интеллектуальных способностей студентов);

– ориентирующая и стимулирующая (процессу обучения придается ускорение и мотивация);

– воспитательная (формируются и развиваются профессиональные качества специалиста);

– исследовательская (новый уровень профессионально-творческого мышления);

– информационно-обучающая (учебная деятельность студентов на аудиторных занятиях).

Целью самостоятельных занятий является самостоятельное более глубокое изучение студентами отдельных вопросов курса с использованием рекомендуемой дополнительной литературы и других информационных источников.

Самостоятельная работа способствует формированию аналитического и творческого мышления, совершенствует способы организации деятельности, воспитывает целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них навык завершать начатую работу.

Виды самостоятельной работы студентов:

- повторение пройденного учебного материала, чтение рекомендованной литературы;
- подготовка к практическим занятиям (для очной и заочной формы обучения);
- работа с электронными источниками;
- подготовка к сдаче экзамена (зачета).

Изучение теоретического материала определяется рабочей учебной программой дисциплины, включенными в нее календарным планом изучения дисциплины и перечнем литературы; рекомендуется при подготовке к занятиям повторить материал предшествующих тем рабочего учебного плана, а также материал предшествующих учебных дисциплин, который служит базой изучаемого раздела данной дисциплины.

При подготовке к практическому занятию необходимо изучить материалы лекции, рекомендованную литературу. Изученный материал следует проанализировать в соответствии с планом занятия, затем проверить степень усвоения содержания вопросов.

При подготовке к экзамену (зачету) следует руководствоваться перечнем вопросов для подготовки к итоговому контролю по курсу. При этом необходимо уяснить суть основных понятий дисциплины.

Заданием самостоятельной работы студентов являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умения использовать справочную литературу.

Самостоятельная работа студентов, прежде всего, заключатся в изучении литературы, дополняющей материал, излагаемый в лекционной части курса. Необходимо овладеть навыками библиографического поиска, в том числе в сетевых Интернет-ресурсах, научиться сопоставлять различные точки зрения и определять методы исследований.

Предполагается, что, прослушав лекцию, студент должен ознакомиться с рекомендованной литературой из основного списка, затем обратится к источникам, указанным в библиографических списках изученных книг, осуществит поиск и критическую оценку материала на сайтах Интернет, соберет необходимую информацию.

При работе с основной и дополнительной литературой целесообразно придерживаться такой последовательности:

- сначала прочитать весь заданный текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом материале, понять общий смысл прочитанного;
- затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл прочитанного.

7. Оценочные средства

7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
5	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Промежуточные тесты по темам 1.1-1.11, 2.1-2.13 Вопросы для учебника по темам 1.1-1.11, 2.1-2.13 Выполнение задания по темам 1.1-1.11, 2.1-2.13 (Задания 1, 2, 3, 4) Вопросы к зачету 1-60
5	ПК-6. Способен осуществлять взаимодействие с внутренними и внешними поставщиками	Промежуточные тесты по темам 1.1-1.11, 2.1-2.13 Вопросы для учебника по темам 1.1-1.11, 2.1-2.13 Выполнение задания по темам 1.1-1.11, 2.1-2.13 (Задания 1, 2, 3, 4) Вопросы к зачету 1-60

7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

7.2.1. Тестовые задания (вопросы для учебника, промежуточный тест, итоговый тест)
(наименование оценочного средства)

Типовые примеры заданий

Тестирование по Теме «Теоретические основы концепции клиентоориентированности»

Тестирование по Теме «Основы концепции клиентоориентированности»

1. **Высказывание: «Существует лишь одно правомерное обоснование цели бизнеса: создание удовлетворённого клиента», - принадлежит...**

a. Питеру Друкеру
b. Филиппу Котлеру
c. Жан-Жаку Ламбену
d. Нейлу Бордену

2. **Цель клиентоориентированности: «Достаточное понимание целевых потребителей для того, чтобы создавать для них наивысшую ценность в течение продолжительного периода времени», - описывают...**

a. Дж. Нарвер
b. С. Слейтер
c. П. Друкер
d. Н. Борден

3. **В рейтингах клиентоориентированности компаний первые места занимают:**

a. Amazon

b. Microsoft
c. ПАО «Тольяттиазот»
d. ПАО «АВТОВАЗ»

4. Главным эффектом от ориентации бизнеса на клиента должен быть прирост:
a. прибыли
b. доли рынка
c. численности персонала компании
d. товарных позиций в ассортименте компании

5. В цифровой экономике успешность бизнеса обеспечивается в первую очередь:
a. клиентоориентированностью
b. инновационностью
c. качеством товара
d. эффективными бизнес-процессами

6. Ориентированная на клиента концепция устойчивого бизнеса, построение которого базируется на информационных технологиях, представляет собой:
a. управление взаимоотношениями с клиентами
b. управление материальными и информационными потоками
c. управление взаимоотношениями с сотрудниками
d. управление бизнес-процессами

7. «Инструмент управления взаимоотношения с клиентами, нацеленный на получение устойчивой прибыли в долгосрочном периоде», называется:
a. клиентоорентированность
b. стратегия маркетинга
c. стратегия управления
d. лояльность клиентов

8. Философию клиентоориентированности: «Инициация положительных эмоций и восторга у потенциальных и существующих клиентов», - описывает...
a. И. Манн
b. И. Березин
c. Ю. Смирнов
d. М. Чепурин

9. В узком смысле клиентоориентированное управление акцентирует внимание на...
a. на учете потребностей клиентов
b. улучшении процесса обслуживания клиентов
c. инновационном развитии
d. повышении качества продукции

10. В широком смысле фокусировка на удовлетворении потребностей клиента представляет собой...
a. межфункциональный процесс, пронизывающий все уровни организационной структуры компании
b. процесс учета потребностей клиентов
c. процесс обслуживания клиентов
d. инновационный процесс

Краткое описание и регламент выполнения

Студент выполняет все предложенные задания, система выставляет за них баллы автоматически пропорционально количеству правильных ответов по тестовым заданиям.

Критерии оценки:

Формы текущего контроля	Критерии и нормы оценки
Тестовые вопросы электронного учебника по темам 1.1-1.11	Максимальное количество баллов – 1 балл (баллы студенту начисляются автоматически пропорционально выполненным тестовым заданиям)
Тестовые вопросы электронного учебника по теме 2.1-2.13	Максимальное количество баллов – 1 балл (баллы студенту начисляются автоматически пропорционально выполненным тестовым заданиям)
Промежуточный тест по темам 1.1-1.11 (по модулю 1)	Максимальное количество баллов – 8 баллов (баллы студенту начисляются автоматически пропорционально выполненным тестовым заданиям)
Промежуточный тест по темам 2.1-2.13 (по модулю 2)	Максимальное количество баллов – 9 баллов (баллы студенту начисляются автоматически пропорционально выполненным тестовым заданиям)
Итоговый тест	Максимальное количество баллов – 40 б.

7.2.2 Расчетная работа
(наименование оценочного средства)

Расчетная работа по теме «Организация клиентоориентированной компании» Задание, проверяемое вручную № 1.

Цель задания – сформировать навыки расчета пожизненной ценности клиента.

Пример. Задание. Определить пожизненную ценность клиента различными способами и прокомментировать полученные результаты.

Исходные данные. Средняя продолжительность жизни клиента 20 лет. Процент повторивших покупку за данный период – 75%. Рентабельность одного клиента 21,3%. Процентная ставка 10%. Количество недель в году 52. затраты клиента за один визит, число визитов за неделю представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные для расчета пожизненную ценность клиента

Показатели	Клиенты					Всего	Средняя величина
	1	2	3	4	5		
А	1	2	3	4	5	6	7
Затраты клиента за один визит, д.е.	3,5	8,5	5	6,5	6	29,5	5,9
Среднее количество заказов	4	3	5	6	3	21	4,2
Потребительская ценность за неделю, д.е.	14	25,5	25	39	18	121,5	24,3

Краткое описание и регламент выполнения

Студент прикрепляет выполненные задания в системе ДОТ, преподаватель оценивает задания каждого студента индивидуально согласно критериям оценки.

В случае, если задание выполнено неверно, преподаватель может вернуть его на доработку.

Критерии оценки

Формы текущего контроля	**Критерии и нормы оценки**
Задание 1	4 балла – задание выполнено в полном объёме согласно инструкции, сделаны выводы 3 балла – задание выполнено в полном объёме согласно инструкции, отсутствуют выводы 2 балла – задание выполнено не в полном объёме, есть незначительные замечания 1 балла – задание выполнено не в полном объёме, присутствуют существенные замечания 0 баллов – задание не выполнено
Задание 2	4 балла – задание выполнено в полном объёме согласно инструкции, сделаны выводы 3 балла – задание выполнено в полном объёме согласно инструкции, отсутствуют выводы 2 балла – задание выполнено не в полном объёме, есть незначительные замечания 1 балл – задание выполнено не в полном объёме, присутствуют существенные замечания 0 баллов – задание не выполнено
Задание 3	4 балла – задание выполнено в полном объёме согласно инструкции, сделаны выводы 3 балла – задание выполнено в полном объёме согласно инструкции, отсутствуют выводы 2 балла – задание выполнено не в полном объёме, есть незначительные замечания 1 балл – задание выполнено не в полном объёме, присутствуют существенные замечания 0 баллов – задание не выполнено
Задание 4	4 балла – задание выполнено в полном объёме согласно инструкции, сделаны выводы 3 балла – задание выполнено в полном объёме согласно инструкции, отсутствуют выводы 2 балла – задание выполнено не в полном объёме, есть незначительные замечания 1 балл – задание выполнено не в полном объёме, присутствуют существенные замечания 0 баллов – задание не выполнено

7.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Семестр **5**

№ п/п	Вопросы к зачету
1	Историко-экономические предпосылки возникновения концепции клиентоориентированности
2	Основные тренды экономики XXI века как предпосылки возникновения концепции клиентоориентированности
3	Современные цифровые технологии и клиентоориентированность
4	Трансформация бизнеса в цифровой экономике
5	Теоретические предпосылки концепции клиентоориентированности
6	Исследования в области рыночных отношений
7	Актуальность концепции клиентоориентированности
8	Сущность концепции клиентоориентированности
9	Результативность ориентации на клиента
10	Классификация потребностей в клиентоориентированном подходе
11	Базовые и производные потребности
12	Классификация потребностей Джона Кейнса
13	Матрица потребностей Хэмеля-Прахалада
14	Иерархия человеческих потребностей Абрахама Маслоу.
15	Карл Юнг. Четыре психотипа человека
16	Пять типов клиентов. Психологический аспект
17	Классификация DISC Уильяма Мартсона
18	Социальные типы клиентов
19	Типы клиентов в продажах
20	Типы интернет-клиентов
21	Buyer Personas. Современный подход
22	Разработка портрета идеального клиента
23	Формирование идеологии клиентоориентированной компании
24	Сущность и причины оттока клиентов
25	Основные направления предотвращения оттока клиентов
26	Клиентский опыт, понятие и сущность
27	Алгоритм действий по улучшению клиентского опыта
28	Метрики оценки клиентского опыта
29	Лояльность клиентов, понятие и сущность
30	Программа лояльности, понятие и сущность
31	Дисконтные программы
32	Бонусные программы
33	Многоуровневые программы лояльности
34	Партнерские программы лояльности
35	Ценностные программы лояльности
36	Разработка программы лояльности
37	Стратегии программ лояльности и инструменты их реализации
38	Принципы работы в клиентоориентированной компании

39	Этапы организации клиентоориентированной компании
40	Точки контакта потребителя с брендом. Современные подходы к классификации
41	Организация точек контакта потребителя с брендом
42	Customer Journey Map, понятие и сущность
43	Модель построения Customer Journey Map
44	Жизненный цикл клиента. Понятие. сущность, стадии
45	Слои информации на стадиях жизненного цикла клиента
46	Разработка и процесс построения Customer Journey Map
47	Обратная связь. Понятие и сущность
48	Организация системы обратной связи
49	Преимущества использования обратной связи
50	Классификация обратной связи. Запрашиваемая обратная связь
51	Классификация обратной связи. Прямая обратная связь
52	Классификация видов опроса
53	Структура опроса
54	Процедура опроса
55	Составление анкеты для опроса
56	Анализ клиентов как основа развития компании
57	Задачи, решаемые с помощью анализа клиентской базы данных
58	Инструменты клиентской аналитики
59	Область применения данных бизнес-аналитики
60	Разработка CRM-системы компании

7.3.2. Критерии и нормы оценки

Процедура оценивания

Проведение зачета обеспечивает возможности реального контроля знаний и навыков в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины.

Накопительная оценка является результатом суммирования баллов по всем контрольным мероприятиям.

Максимальная сумма, которую может получить студент, успешно выполнив все задания и тесты, составляет 100 баллов.

Знания, умения и навыки студентов определяются оценками «зачтено» и «не зачтено».

Отметка о зачете формируется автоматически, на основе итогового рейтингового балла по результатам прохождения студентом дисциплины в соответствии со шкалой перевода рейтинговых баллов в традиционные оценки:

Критерии оценки

Семестр	**Форма проведения промежуточной аттестации**	**Критерии и нормы оценки**	
5	Зачет (по накопительному рейтингу)	«Зачтено»	Студент набрал 55 и более баллов по накопительному рейтингу
		«Не зачтено»	Студент набрал 54 и менее баллов по накопительному рейтингу

Пересдача зачета в устной форме возможна в случае спорной ситуации или в случае, если студент набрал менее 55 баллов по накопительному рейтингу.

Критерии оценки устного ответа на зачете

Семестр	**Форма проведения промежуточной аттестации**	**Критерии и нормы оценки**	
5	Зачет	«Зачтено»	– обстоятельно раскрыто содержание зачётных вопросов, аргументированы ответы на дополнительные вопросы; – раскрыто содержание зачётных вопросов, не приведены примеры, не даны определения экономическим категориям; – не раскрыт полностью один из зачётных вопросов, есть неточности в толковании экономических категорий и законов
		«Не зачтено»	– не раскрыт ни один из зачётных вопросов

Процедура проведения зачета

Зачеты проводятся в объёме программы учебной дисциплины по заранее разработанным билетам (тестам), обсуждённым на заседании кафедры (департамента) и утверждённым заведующим кафедрой (департаментом).

Зачеты проводятся в устной или письменной форме.

Все материалы к зачету (билеты, рабочие программы курсов) должны быть оформлены в соответствии с требованиями и утверждены заведующим кафедрой (департаментом) в текущем учебном году.

При проведении устного зачета вопросы выбирает сам экзаменующийся. При подготовке к устному зачету студент ведет записи в листе устного ответа, который затем сдается преподавателю, принимающему зачет.

В процессе сдачи зачета преподавателю, принимающему зачет, предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы по программе дисциплины.

Во время зачета студентам предоставляется право пользоваться программой учебной дисциплины, а с разрешения преподавателя – также справочниками, таблицами, схемами и другими пособиями, перечень которых определяет преподаватель.

При проведении зачета в устной форме в билет включается два четко сформулированных вопроса (или один вопрос и задача) из различных разделов, тем программы, рассчитанных по объему на подготовку к ответу в течение 20 минут и на ответ студента в течение до 15 минут. Количество билетов должно превышать число всех студентов, сдающих зачет (как правило, 25-30 билетов). Ознакомление студентов с билетами до зачета запрещается.

Зачет принимается преподавателем, ведущим занятия в группе или читающим лекции по данной дисциплине.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Андреев С.Н.	Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности	Учебник	2023	ЭБС «Znanium.com»
2	Домрачева С.А.	Психология взаимодействия в цифровой среде	Учебное пособие	2023	ЭБС «IPRbooks»
3	Агаева А. Ш., Идрисов Ш. А.	Деловая культура и психология общения	Учебное пособие	2022	ЭБС «Znanium.com»
4	Черкашин П. А.	Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)	Учебное пособие	2020	ЭБС «IPRbooks»

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Латышева Л.С., Липсиц И.В., Ойнер О.К.	Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии	Монография	2023	ЭБС «Znanium.com»
2	Роджерс С., Риннэ Л., Мун Ш.	Истинная лояльность: как взломать код верности клиента	–	2020	ЭБС «IPRbooks»
3	Горбатов С.	Обратная связь в бизнесе: честный диалог с клиентами и сотрудниками	–	2020	ЭБС «IPRbooks»
4	Тургунов М.	Партизанские продажи: Как увести клиента у конкурентов	–	2019	ЭБС «IPRbooks»

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
5	Черри Пол	Продающие вопросы: Эффективный способ выяснить, чего действительно хотят ваши клиенты	–	2019	ЭБС «IPRbooks»
6	Ткаченко Е.А, Захарова К.А.	Ловись, клиент, большой и маленький : пособие для интернет-маркетологов	–	2019	ЭБС «Znanium.com»
7	Салливан Джей	Проще говоря: Как писать деловые письма, проводить презентации, общаться с коллегами и клиентами	–	2019	ЭБС «IPRbooks»
8	Бердышев С. Н.	Технологии работы с трудными клиентами	–	2018	ЭБС «IPRbooks»

8.3. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- Springer Link[Электронный ресурс] : [база данных]. – Switzerland: Springer Nature, 1842– . – Режим доступа : link.springer.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- Science Direct [Электронный ресурс] : коллекция электронных книг издательства Elsevier. – Netherlands: Elsevier, 2018– . – Режим досту-па : sciencedirect.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.

8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmc	договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно; контракт № 1653 от 14.12.2018, срок действия – бессрочно
2	Office Standard: Office Stdandard 2013 Russian OLP NL AcademicEdition	договор № 690 от 19.05.2015, срок действия – бессрочно

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
1.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (УЛК-807)	Экран телевизионный, ширмы, прожектор на штативе. стол преподавательский, стулья преподавательские. Транспарант-перетяжка, системный блок .
2.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего	Экран телевизионный, ширмы, прожектор на штативе. стол преподавательский, стулья преподавательские. Транспарант-перетяжка, системный блок .

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
	контроля и промежуточной аттестации. (УЛК-810)	
3.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (УЛК-411)	Столы ученические двухместные, стулья, стол преподавательский, доска аудиторная (меловая).
4.	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (УЛК-105)	Столы, стулья, стеллажи (в т.ч. выставочные) с книгами, компьютеры, мобильные рабочие места
5.	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (УЛК-406)	Столы компьютерные, стулья, микрокомпьютеры raspberry pi 32 bit.