

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

Б1.В.ДВ.07.01
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Клиентоориентированные системы

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль)
Логистика и управление цепями поставок

Форма обучения: очно-заочная

Общая трудоемкость: 4 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр | 5 | Итого |
|--|------------|------------|
| Форма контроля | зачет | |
| Вид занятий | | |
| Лекции | 6 | 6 |
| Лабораторные | | |
| Практические | | |
| Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР | | |
| Промежуточная аттестация | 0,25 | 0,25 |
| Контактная работа | 6,25 | 6,25 |
| Самостоятельная работа | 137,75 | 137,75 |
| Контроль | | |
| Итого | 144 | 144 |

Рабочую программу составил(и):
доцент института финансов, экономики и управления, канд.экон.наук, Боргардт Е.А.

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

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

Рецензирование рабочей программы дисциплины:



Отсутствует



Рецензент

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

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана специальности 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль): «Логистика и управление цепями поставок».

Срок действия рабочей программы дисциплины до «31» августа 2030 г.

УТВЕРЖДЕНО

На заседании института финансов, экономики и управления

(протокол заседания № 1 от «28» 08 2025г.).

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование целостной системы знаний в области теории и практики построения клиентоориентированной компании, основанной на создании и развитии долгосрочных взаимовыгодных отношений с потребителями, что обеспечивает 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: Экономика, Психология, Микроэкономика, Комплекс маркетинга, Экономика и управление организациями, Технология развития бизнеса, Организация производства, Управление бизнес-процессами, Управление затратами, Логистика, Этика деловых отношений.

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: Предпринимательская деятельность. Коммерциализация РИД; Предпринимательская деятельность. Технологии продвижения и продаж; Анализ финансово-хозяйственной деятельности, Менеджмент в предпринимательской экосистеме, Управление результативностью 2, Планирование на предприятии, Логистика снабжения, распределения и управления запасами, Коммерческая логистика, Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты ВКР.

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-3.1. Определяет свою роль в команде для достижения поставленной цели | Знать: теоретические основы клиентоориентированности |
| | | Уметь: - осуществлять социальное взаимодействие с потребителями - определять свою роль в организации для достижения ее клиентоориентированности |
| | | Владеть: навыками анализа поведения клиентов |
| ПК-8. Способен осуществлять взаимодействие с внутренними и | ПК-8.4. Готов к осуществлению взаимодействия с внутренними и внешними | Знать: основы организации клиентоориентированной компании |

| Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование) | Индикаторы достижения компетенций (код и наименование) | Планируемые результаты обучения |
|---|---|---|
| внешними поставщиками | поставщиками, потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности | Уметь: осуществлять взаимодействие с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами в процессе финансово-хозяйственной деятельности |
| | | Владеть: методами оценки лояльности клиентов навыками анализа клиентов для осуществлению эффективного взаимодействия с ними |

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 | Ср1 | Историко-экономические предпосылки возникновения концепции клиентоориентированности | 5 | 2 | | | |
| | Ср2 | Современные предпосылки возникновения и развития концепции клиентоориентированности | 5 | 6 | | | |
| | Ср3 | Теоретические предпосылки концепции клиентоориентированности | 5 | 6 | | | |
| | Лек 1 | Теоретические основы концепции клиентоориентированности | 5 | 6 | | | |
| | Ср4 | Теоретические основы концепции клиентоориентированности | 5 | 6 | | | Промежуточный тест 1-4 |
| | Ср5 | Клиент как ключевая фигура бизнеса | 5 | 6 | | | |
| | Ср6 | Многообразие человеческих потребностей. Классификация потребностей в концепции клиентоориентированности | 5 | 6 | | | |
| | Ср7 | Товар. Ценность товара для потребителя | 5 | 6 | | | |
| | Ср.8 | Теории потребления различных экономических школ | 5 | 6 | | | Промежуточный тест 5-8 |
| | Ср9 | Рационализм. Особенности поведения клиентов | 5 | 6 | | | |
| | Ср10 | Ожидания и предпочтения клиентов цифрового поколения | 5 | 6 | | | |
| | Ср11 | Основные тенденции изменения предпочтений российского потребителя | 5 | 6 | | | |
| Модуль 2. Основы организации | Лек 2 | Организация клиентоориентированной компании | 5 | 2 | | | |

| Модуль (раздел) | Вид учебной работы | Наименование тем занятий (учебной работы) | Семестр | Объем, ч. | Баллы | Интерактив, ч. | Формы текущего контроля (наименование оценочного средства) |
|---------------------------------|--------------------|---|---------|-----------|-------|----------------|--|
| клиентоориентированной компании | Ср12 | Организация клиентоориентированной компании | 5 | 6 | | | Промежуточный тест 9-12 Практическое задание 1 Практическое задание 4 |
| | Ср13 | Типология клиентов компании | 5 | 6 | | - | |
| | Ср14 | Портрет клиента. Buyer Personas | 5 | 6 | | | |
| | Ср15 | Формирование идеологии клиентоориентированной компании | 5 | 6 | | | |
| | Ср16 | Отток клиентов. Сущность, метод расчета, пути предотвращения оттока | 5 | 6 | | | Промежуточный тест 13-16 Практическое задание 4 |
| | Лек 3 | Метрики оценки клиентского опыта | 5 | 2 | | | |
| | Ср17 | Метрики оценки клиентского опыта | 5 | 6 | | | Практическое задание 2 |
| | Ср18 | Программа лояльности | 5 | 5 | | - | Практическое задание 3 |
| | Ср19 | Точки контакта потребителя с брендом | 5 | 5 | | | |
| | Ср20 | Картирование пути клиента. Customer Journey Map | 5 | 5 | | - | Промежуточный тест 17-20 |
| | Ср21 | Организация обратной связи в клиентоориентированной компании | 5 | 5 | | | |
| | Пр 22 | Обратная связь. Классификация | 5 | 5 | | - | |
| | Ср23 | Опрос как эффективный инструмент обратной связи | 5 | 5 | | - | |
| | Ср24 | Анализ клиентов как основа развития компании | 5 | 5,75 | | | Промежуточный тест 21-24 Практическое задание 3 Практическое задание 4 |

| Модуль (раздел) | Вид учебной работы | Наименование тем занятий (учебной работы) | Семестр | Объем, ч. | Баллы | Интерактив, ч. | Формы текущего контроля (наименование оценочного средства) |
|--------------------------|--------------------|---|---------|-----------|-------|----------------|--|
| Промежуточная аттестация | ПА | | 5 | 0,25 | | - | - |
| Итого: | | | | 144 | | | |

Схема расчета итогового балла

Текущий рейтинг (промежуточные тесты) + Результат итогового теста.

5. Образовательные технологии

С целью формирования компетенций у обучающихся в учебном процессе используются дистанционные образовательные технологии

6. Методические указания по освоению дисциплины

| Вид учебных занятий | Организация деятельности обучающегося |
|----------------------|--|
| Лекция | Написания конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, в общем форуме курса. |
| Практические занятия | Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Прослушивание аудио – и видеозаписей по заданной теме, выполнение заданий, проверяемых вручную и автоматически проверяемых заданий др. |
| Подготовка к зачету | При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, материал по темам электронного учебника, рекомендуемую литературу и др. |

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

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

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

Самостоятельное тестирование по банку тестовых заданий, 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

Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга

Виды самостоятельной работы обучающихся:

1. повторение пройденного учебного материала, чтение рекомендованной литературы;
2. подготовку к практическим занятиям (ДЛЯ ОЧНОЙ И ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ);
3. работу с электронными источниками;

4. подготовку 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.

Самостоятельная работа обучающихся, прежде всего, заключается 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, обучающийся должен ознакомиться с рекомендованной литературой из основного списка, затем обратиться к источникам, указанным в библиографических списках изученных книг, осуществит поиск и критическую оценку материала на сайтах Интернет, соберет необходимую информацию.

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 | <i>Тестовые задания по темам: 1-11 Вопросы к зачету №1-30</i> |
| 5 | ПК-8. Способен осуществлять взаимодействие с внутренними и внешними поставщиками | <i>Тестовые задания по темам: 12-24 Вопросы к зачету №31-60 Практическое задание 1-4</i> |

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

7.2.1. Тестовые задания

(наименование оценочного средства)

Типовые примеры заданий

Тестирование по Теме «Теоретические основы концепции клиентоориентированности»

Задание №79

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

Выберите один из 4 вариантов ответа:

| | | |
|--------------------------|--|------------------|
| <input type="checkbox"/> | | Питеру Друкеру |
| <input type="checkbox"/> | | Филиппу Котлеру |
| <input type="checkbox"/> | | Жан-Жаку Ламбену |
| <input type="checkbox"/> | | Нейлу Бордену |

Задание №80

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

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

| | | |
|--------------------------|--|------------|
| <input type="checkbox"/> | | Дж. Нарвер |
| <input type="checkbox"/> | | С. Слейтер |
| <input type="checkbox"/> | | П. Друкер |
| <input type="checkbox"/> | | Н. Борден |

Задание №81

В рейтингах клиентоориентированности компаний первые места занимают:

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

| | | |
|--------------------------|--|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | | Amazon |
| <input type="checkbox"/> | | Microsoft |
| <input type="checkbox"/> | | ПАО "Тольяттиазот" |
| <input type="checkbox"/> | | ПАО "АВТОВАЗ" |

Задание №82

По оценкам экспертов самые клиентоориентированные компании в России:

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

| | | |
|--------------------------|--|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | | Альфа-Банк |
| <input type="checkbox"/> | | ритейл "Ашан" |
| <input type="checkbox"/> | | ПАО "Тольяттиазот" |
| <input type="checkbox"/> | | ПАО "АВТОВАЗ" |

Задание №83

| | | |
|--|--|--|
| Расположите ступени пирамиды «Клиентоориентированный подход» от низшей к высшей. | | |
| Укажите порядок следования всех 5 вариантов ответа: | | |
|) | | Качество товара |
|) | | Работа сотрудников в процессе продажи и постпродажного сервиса |
|) | | Система управления продажами/сервисом |
|) | | Инфраструктура места продажи/сервиса |
|) | | Брэнддинг-сервис |

| | | |
|---|--|-----------------|
| Задание №84 | | |
| Клиентоориентированный подход в компании как пирамиду, состоящую из 5 уровней, предложил рассматривать: | | |
| Выберите один из 4 вариантов ответа: | | |
|) | | Д. Молчан |
|) | | Ю.И. Смирнов |
|) | | Ю.Б. Кареева |
|) | | Б.Н. Рыжковский |

| | | |
|--|--|--|
| Задание №85 | | |
| Главным эффектом от ориентации бизнеса на клиента должен быть прирост: | | |
| Выберите один из 4 вариантов ответа: | | |
|) | | прибыли |
|) | | доли рынка |
|) | | численности персонала компании |
|) | | товарных позиций в ассортименте компании |

| | | |
|---|--|---|
| Задание №86 | | |
| Повышение уровня конкуренции в настоящее время обусловлено: | | |
| Выберите несколько из 4 вариантов ответа: | | |
|) | | насыщенностью рынков |
|) | | изменчивостью предпочтений потребителей |

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|) | | малым количеством производителей |
|) | | стремительным ростом населения |

Задание №87

В цифровой экономике успешность бизнеса обеспечивается в первую очередь:

Выберите один из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|--------------------------------|
|) | | клиентоориентированностью |
|) | | инновационностью |
|) | | качеством товара |
|) | | эффективными бизнес-процессами |

Задание №88

Ориентированная на клиента концепция устойчивого бизнеса, построение которого базируется на информационных технологиях, представляет собой:

Выберите один из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|---|
|) | | управление взаимоотношениями с клиентами |
|) | | управление материальными и информационными потоками |
|) | | управление взаимоотношениями с сотрудниками |
|) | | управление бизнес-процессами |

Задание №89

Основная, базовая ценность, согласно которой бизнес существует ради удовлетворения интересов и потребностей клиента, называется...

Запишите ответ:

| | | |
|---|--------|--|
|) | Ответ: | |
|---|--------|--|

Задание №90

«Способ мышления» компании, направленный на обеспечение положительных эмоций клиента в любой точке контакта, называется...

Запишите ответ:

| | | |
|---|--------|--|
|) | Ответ: | |
|---|--------|--|

Задание №91

Самым ценным активом компании являются:

Выберите один из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|--|
|) | | клиенты |
|) | | основные фонды, принадлежащие компании |
|) | | материальные ресурсы |
|) | | инновационные технологии |

Задание №92

Конкурентное преимущество компании в XXI веке зависит от способности:

Выберите один из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|--|
|) | | понять клиента и на основе этого понимания дать ему больше, чем другие |
|) | | наращивать объемы производства |
|) | | обновлять ассортимент |
|) | | оптимизировать издержки |

Задание №93

В работах этих российских ученых рассматривается взаимосвязь клиентоориентированности и финансовой результативности деятельности компаний:

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|--------------|
|) | | Ю.Б. Кареева |
|) | | Ю.И. Смирнов |
|) | | М.Н. Чепурин |
|) | | Ф. Котлер |

Задание №94

«Инструмент управления взаимоотношения с клиентами, нацеленный на получение устойчивой прибыли в долгосрочном периоде», называется:

Выберите один из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|--------------------------|
|) | | клиентоориентированность |
|) | | стратегия маркетинга |
|) | | стратегия управления |
|) | | лояльность клиентов |

Задание №95

Философию клиентоориентированности : «Инициация положительных эмоций и восторга у потенциальных и существующих клиентов», - описывает...

Выберите один из 4 вариантов ответа:

| | | |
|-----------------------|--------------------------|------------|
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | И. Манн |
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | И. Березин |
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | Ю. Смирнов |
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | М. Чепурин |

Задание №96

В узком смысле клиентоориентированное управление акцентирует внимание на...

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

| | | |
|-----------------------|--------------------------|--|
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | на учете потребностей клиентов |
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | улучшении процесса обслуживания клиентов |
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | инновационном развитии |
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | повышении качества продукции |

Задание №97

В широком смысле фокусировка на удовлетворении потребностей клиента представляет собой...

Выберите один из 4 вариантов ответа:

| | | |
|-----------------------|--------------------------|--|
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | межфункциональный процесс, пронизывающий все уровни организационной структуры компании |
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | процесс учета потребностей клиентов |
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | процесс обслуживания клиентов |
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | инновационный процесс |

Задание №98

Клиентоориентированность с точки зрения управления компанией в целом определил Б.П. Шапиро:

Выберите один из 4 вариантов ответа:

| | | |
|-----------------------|--------------------------|--|
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | распространение информации о предпочтениях клиентов во всех функциональных подразделениях компании |
| <input type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | распространение корпоративной культуры |

| | | |
|---|--|--|
|) | | распространение информации о поставщиках |
|) | | распространение информации о предпочтениях клиентов в социальных сетях |

Задание №99

При широкой трактовке ориентация на клиента предполагает...

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|--|
|) | | непосредственное взаимодействие с клиентом |
|) | | релевантность бизнес-процессов, основанную на получаемой информации о клиентах |
|) | | непрерывное улучшение качества продукции |
|) | | тесное взаимодействие с поставщиками |

Задание №100

Формула клиентоориентированности выглядит следующим образом:

Выберите один из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|---|
|) | | клиент плюс прибыль, которую получает компания при удовлетворении его потребностей |
|) | | клиент плюс доход компании |
|) | | поставщик плюс компания-производитель плюс розничный торговец |
|) | | прибыль поставщика плюс прибыль компании-производителя плюс наценка розничного торговца |

Задание №101

Для клиентоориентированных компаний особую значимость имеет...

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|---|
|) | | повышение лояльности |
|) | | формирование долгосрочных отношений с клиентами |
|) | | формирование взаимовыгодных отношений с поставщиками и посредниками |
|) | | повышение качества продукции |

Задание №102

Управление взаимоотношениями с клиентами позволяет...

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|-----------------------------------|
|) | | по-новому оценить активы компании |
|---|--|-----------------------------------|

| | | |
|---|--|---|
|) | | сфокусировать усилия компании на удовлетворении потребностей клиентов |
|) | | сфокусировать усилия компании вокруг производства |
|) | | успешно использовать активы компании для сквозного бизнес-процесса. |

Задание №103

Клиентоориентированность должна...

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|---|
|) | | носить долгосрочный, стратегический характер |
|) | | обеспечивать рост доходности |
|) | | способствовать повышению производительности труда |
|) | | способствовать укреплению взаимовыгодных отношений с поставщиками |

Задание №104

Особенности компании, ориентированной на клиента, в цифровой экономике:

Выберите несколько из 4 вариантов ответа:

| | | |
|---|--|--|
|) | | управленческие решения принимаются на основе анализа пользовательских данных |
|) | | клиентоориентированность поддерживается программными продуктами CRM, встроенными в IT-архитектуру компании |
|) | | управленческие решения принимаются на основе концепции безубыточности |
|) | | клиенты приобретают товары или услуги желаемого качества |

Процедура оценивания

1. Обучающийся проходит тестирование согласно плана-графика освоения дисциплины.
2. Количество правильных ответов оценивается автоматически.
3. Результаты тестирования выставляются автоматически.

Критерии оценки:

- 15 баллов – все задания промежуточного теста выполнены верно.
40 баллов – все задания итогового теста выполнены верно.

7.2.2 Расчетная работа

(наименование оценочного средства)

Расчетная работа по Теме «Анализ клиентов как основа развития компании».

Задание 1. Определить наиболее перспективных для предприятия потребителей на основе маржинального анализа. Расчеты проводить в программе Microsoft Excel. Решение представить в аналитической и графической формах.

Предприятие выпускает продукцию, которую поставляет потребителям А, В, С рынке В2В. Продукция распределяется следующим образом: Предприятие А потребляет продукцию 8047,8048,8043; предприятие В – 8190,8191,8192,8193; предприятие С – 8044, 8045.

Таблица 1 – Исходные данные

| Наименование изделия | Количество выпускаемой продукции, шт. | Цена реализации ед. изделия, руб. | Переменные затраты на единицу продукции, руб. | Постоянные расходы, руб. |
|----------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|---|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8043 | 775 | 918,51 | 682,45 | 148092,50 |
| 8044 | 290 | 958,8 | 701,43 | 56887,77 |
| 8045 | 225 | 891,93 | 691,90 | 56182,00 |
| 8047 | 350 | 875,98 | 692,36 | 89866,11 |
| 8048 | 250 | 903,44 | 701,90 | 91136,48 |
| 8190 | 150 | 950,94 | 682,83 | 49013,59 |
| 8191 | 1300 | 981,78 | 691,43 | 248419,09 |
| 8192 | 150 | 902,51 | 710,50 | 45988,38 |
| 8193 | 1220 | 892,55 | 700,97 | 251962,19 |

Процедура оценивания:

1. Проверить соответствие решения сформулированному заданию.
2. Проверить правильность расчета (математически и логически).
3. Оценить обоснованность предложенного решения.
4. Оценить оригинальность подхода к решению задания.
5. Выставить результаты оценки.

Критерии оценки:

Не зачтено:

- обучающийся допустил принципиальные ошибки в выполнении расчетной работы;
- обучающийся не представил выводы по результатам выполнения расчетной работы;

Зачтено:

- обучающийся правильно выполнил практическое задание и сделал выводы по результатам его выполнения.

7.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Семестр 5

| № п/п | Вопросы к экзамену |
|-------|---|
| 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 Хэмея-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

| Семестр | Форма проведения промежуточной аттестации | Критерии и нормы оценки | |
|----------------|--|--------------------------------|---------------------|
| 5 | зачет (по накопительному рейтингу) | «зачтено» | От 55 до 100 баллов |
| | | «не зачтено» | От 0 до 54 баллов |

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 | Антощенко В. | Разгневанный Клиент, я люблю тебя : практическое руководство | - | 2022 | Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1905839 (дата обращения: 31.03.2025) |
| 2 | Кравченко Е. Гайнутдинова Е.. | Голос клиента. Открываем секреты целевой аудитории : практическое руководство | - | 2024 | Режим доступа: https://znanium.ru/catalog/product/2180643 (дата обращения: 31.03.2025) |
| 3 | Россман Р. | Дизайн впечатлений: инструменты и шаблоны создания у клиента положительных эмоций от взаимодействия с компанией и продуктом | - | 2021 | Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1842462 (дата обращения: 31.03.2025) |
| 4 | Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Андреева С.Н.. | Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности | учебник | 2024 | Режим доступа: https://znanium.ru/catalog/product/2084406 (дата обращения: 31.03.2025). |
| 5 | Старков А. Н. Сторожева Е. В. | Интернет-маркетинг и реклама | учебное пособие | 2023 | Режим доступа: URL: https://znanium.com/catalog/product/2091329 (дата обращения: 31.03.2025). |
| 6 | Хорват А. | Дайте жалобную книгу! Как заработать больше, используя обратную связь от клиентов : практическое руководство | | 2024 | Режим доступа: https://znanium.ru/catalog/product/2180645 (дата обращения: 31.03.2025). |
| 7 | Шевченко Д. А. | Цифровой маркетинг | учебник | 2022 | Режим доступа: |

| № п/п | Авторы, составители | Заглавие (заголовок) | Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.) | Год издания | Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС |
|----------|---------------------|--|---|-------------|--|
| | | | | | https://znanium.ru/catalog/product/2141346 (дата обращения: 31.03.2025) |
| 8 | Шевченко Д. А. | Концепции маркетинга | учебное пособие | 2022 | Режим доступа: https://znanium.ru/catalog/product/2143835 (дата обращения: 30.03.2025) |
| 9 | Шевченко Д. А. | Основы современного маркетинга | учебник | 2023 | Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/2083281 (дата обращения: 30.03.2025) |
| 10 | Щепин Е. | Энергия клиента: как окупается человеческий подход в бизнесе | научно-популярное издание | 2021 | Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1841894 (дата обращения: 31.03.2025). |

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 | Жукова Е.Е., Суворова Т.В., Бурлаков В.В., Абаев А.Л. | Клиентоориентированность как ключевая ценность современного конкурентоспособного бизнеса | монография | 2025 | Режим доступа: https://znanium.ru/catalog/product/2172769 (дата обращения: 31.03.2025) |
| 2 | Груздева В.В., Груздев Г.В., Ключева Ю.С., Конова В.В. | Развитие сферы услуг на основе клиентоориентированного подхода | монография | 2023 | Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1977989 (дата обращения: 31.03.2025) |
| 3 | Стикдорн М. Лоуренс А., Хормес М., Шнайдер Я. | Сервис-дизайн на практике: Проектирование лучшего клиентского опыта | | 2023 | Режим доступа: https://znanium.ru/catalog/product/2141007 (дата обращения: 31.03.2025). |

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 доступа : 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. |