

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины

Клиентский сервис

Рекомендуется для направления подготовки

Магистратура 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
(указываются код и наименования направления подготовки специальности или/или профилей (специализаций))

Направленность программы (профиль)

«Рекламный менеджмент» и «Управление связями с общественностью»
(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Клиентский сервис» – формирование представления о технологиях и мероприятиях, которые используются фирмами для повышения качества обслуживания клиентов в целях эффективного применения полученных знаний и навыков на практике.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания курса решаются следующие задачи:

- изучение специфики клиентского сервиса;
- ознакомление с содержанием и категориальным аппаратом учебного курса «Клиентский сервис»;
- формирование навыков по технологиям клиентского сервиса;
- изучение составляющих клиентского сервиса в целях наиболее полного представления о специфике его формирования;
- изучение процесса применения технологий клиентского сервиса;
- овладение знаниями о клиентском сервисе;
- расширение у студентов управленческого кругозора путем знакомства с научно-популярной периодикой по проблематике клиентского сервиса;
- обучение студентов работе в малых группах, решению конкретных ситуаций (case-studies) и ведению дискуссий по актуальным проблемам клиентского сервиса.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Клиентский сервис» Б1.В.ДВ.02.01 относится к *вариативной* части блока дисциплин по выбору учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
1.	Универсальные компетенции		
1.1.	УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков	Управление медиамиксом Эффективность рекламных кампаний Психология управления коммуникациями Учебная (научно-исследовательская) практика Преддипломная практика Научно-исследовательская работа (НИР) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

			Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
1.2.	УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии Интегрированные бренд-коммуникации Учебная (проектная) практика Преддипломная практика Научно-исследовательская работа (НИР) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.	Профессиональные компетенции		
2.1.	ПКО-1 - Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)		Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии Медиаменеджмент и медиамаркетинг Психология управления коммуникациями Производственная (аналитическая) практика Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПКО-1 - Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- понятийный аппарат клиентского сервиса;
- специфику технологий клиентского сервиса;
- теоретические аспекты изучения клиентского сервиса;
- современные методы изучения клиентского сервиса;
- методы клиентского сервиса в современном мире.

Уметь:

- осуществлять оценку необходимости применения технологий клиентского сервиса;
- анализировать технологии клиентского сервиса;
- определять задачи, которые необходимо решить с помощью технологий клиентского сервиса;
- применять технологии клиентского сервиса.

Владеть:

- современным инструментарием клиентского сервиса;
- понятийным аппаратом клиентского сервиса;
- навыками работы клиентского сервиса;
- методикой определения потребности в применении клиентского сервиса;
- навыками формирования клиентского сервиса;
- навыками подготовки технологий клиентского сервиса.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет _____ 3 _____ зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2			
Аудиторные занятия (всего)	16	16			
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции	8	8			
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)	8	8			
Самостоятельная работа (всего)	92	92			
В том числе контроль	9	9			
Общая трудоемкость час	108	108			

зач. ед.	3	3			
----------	---	---	--	--	--

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
1.	Клиентский сервис: общие сведения.	Тема 1. Политика ориентации на клиента: основные цели. Тема 2. Обеспечение качества продукции.
2.	Модель перехода предприятия к ориентации на клиента.	Тема 1. Разработка стратегии. Тема 2. Оценка удовлетворенности клиента. Тема 3. Анализ данных и определение приоритетов. Тема 4. Внедрение.
3.	Центры телефонной связи как инструмент клиентского сервиса.	Тема 1. Цели и структура центров телефонной связи. Тема 2. Целевые установки при создании нового телефонного центра.
4.	Обоснование приоритетности внедрения системы взаимодействия с клиентами.	Тема 1. Характеристика фронтальной системы. Тема 2. Экономическая целесообразность внедрения FIS. Тема 3. Стадии успешной реализации FIS. Тема 4. Характеристика CRM.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семи н.	СРС	Всего час.
1.	Клиентский сервис: общие сведения.	2			2	23	27
2.	Модель перехода предприятия к ориентации на клиента.	2			2	23	27
3.	Центры телефонной связи как инструмент клиентского сервиса.	2			2	23	27
4.	Обоснование приоритетности внедрения системы взаимодействия с клиентами.	2			2	23	27
	Всего	8			8	92	108

6. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум программой курса не предусмотрен.

7. Практические занятия (семинары) (при наличии)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1.	Клиентский сервис: общие сведения.	Семинар 1. Обсуждение основных целей политики ориентации на клиента.	2
2.	Модель перехода предприятия к ориентации на клиента.	Семинар 2. Обсуждение основных этапов модели перехода предприятия к ориентации на клиента. Разработка стратегии. Оценка удовлетворенности клиента. Анализ данных и определение приоритетов. Внедрение.	2
3.	Центры телефонной связи как инструмент клиентского сервиса.	Семинар 3. Обсуждение правил работы центров телефонной связи как инструмента клиентского сервиса.	2
4.	Обоснование приоритетности внедрения системы взаимодействия с клиентами.	Семинар 4. Обсуждение существующих систем взаимодействия с клиентами.	2
		Всего	8

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Для осуществления образовательной деятельности по дисциплине «Клиентский сервис» необходимо:

учебные аудитории с рабочими местами для проведения лекций и семинарских занятий; доска; стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office 2007; мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

9. Информационное обеспечение дисциплины:

а) Windows, MicrosoftOffice, Интернет

б) Базы данных УНИБЦР РУДН:

- Электронный каталог – база книг и периодики в фонде библиотеки РУДН.
- Электронные ресурсы – в том числе раздел: *Лицензированные ресурсы УНИБЦ (НБ):*
- [Университетская библиотека ONLINE](#)
- [SPRINGER. Книжные коллекции издательства](#)
- [Вестник РУДН](#)
- [East View](#)

Универсальные базы данных

- [eLibrary.ru](#)
- [Grebennikon](#)
- [Library PressDisplay](#)
- [SwetsWise](#)
- [Swets Wise online content](#)
- [University of Chicago Press Journals](#)
- [Книги издательства «Альпина Паблишерз»](#)
- [Электронная библиотека диссертаций РГБ](#)

База данных "Мультязыковый словарь терминов", информационные библиографические базы данных ИНИОН РАН, Информационная база данных менеджера (Все по специальности Менеджмент), базы данных нормативных актов РФ: документы для менеджеров, маркетологов, экономистов и финансистов КонсультантПлюс: ВерсияПроф. ON-LINE ВЕРСИЯ, библиографическая база данных Management Contents, база данных по бизнесу и экономике (Business Source Complete), базы данных Ассоциации Менеджеров России.

в) Информационно-справочные и поисковые системы:

[Rambler.ru](#), [Yandex.ru](#), [Google.ru](#), [FileSearch](#)

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Кафидов Валерий Викторович. Современный менеджмент [Текст/электронный ресурс]: Учебник / В.В. Кафидов, Н.Ю. Сопилко. - Электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2018. - 380 с.: ил. - ISBN 978-5-209-08620-8: 258.27.

<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6514>

Кулибанова, В. В. Сервисная деятельность. Маркетинг : учебник и практикум / В. В. Кулибанова. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 259 с. // <https://www.biblio-online.ru/book/servisnaya-deyatelnost-marketing-442530>

б) дополнительная литература

1. Богатова Т. – В центре – клиент // PC Week, № 40, 2000 г.
2. Виртц Б.В., Денгер К.С. – Организация и развитие центров телефонной связи с клиентом // Проблемы теории и практики управления, № 2, 2000 г.
3. Герчикова И.Н. - Менеджмент: учебник, М.: ЮНИТИ, 2000.
4. Джонсон М., Херрманн А. – Ориентация на клиента – ключевой фактор успеха предприятия // Проблемы теории и практики управления, № 2, 1999.
5. Золотова С. - Подробности из жизни CRM-приложений // PCWeek № 25, 18 июля 2000 г.
6. Якокка Ли – Карьера менеджера, Минск: Парадокс, 1996.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля):

а) методические указания по организации и выполнению СРС при изучении курса

Дисциплина «Клиентский сервис» имеет продолжительность 8 учебных недель.

Изучение дисциплины «Клиентский сервис» осуществляется по кредитно-модульной системе и заканчивается итоговой аттестацией.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 акад. часа. Из них аудиторские занятия составляют 17 часов, в числе которых 17 часов – лекции, 17 часов – семинарские занятия, 2 часа – итоговая аттестация.

Формами обучения являются аудиторные занятия и внеаудиторная работа студентов.

Основные формы и методы обучения – семинарские занятия в диалоговой форме, индивидуальное и групповое консультирование, а также самостоятельная работа студентов.

Проведение семинарских занятий предполагает: устные опросы студентов по темам, проблемные дискуссии, решение ситуационных и управленческих задач, защита рефератов, тестирование.

Внеаудиторная самостоятельная работа студента включает следующие виды деятельности:

- изучение и проработку учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
- конспектирование учебной литературы;
- изучение глоссария;
- вопросы для подготовки к семинарским занятиям;
- тест по всем темам курса;
- письменные задания;
- творческие задания;
- задания, направленные на познавательные универсальные учебные действия;
- подготовку реферата;
- подготовку к аттестационной работе.

В процессе освоения Программы применяются следующие виды контроля:

Текущий и промежуточный.

Текущий контроль проводится в форме опроса, проведения контрольной работы, защиты рефератов.

Итоговый контроль проводится в форме итогового аттестационного испытания, осуществляется с помощью тестирования по пройденным темам и проводится в рамках аудиторных занятий в письменной форме, с целью проверки и оценки полученных знаний. Результат итоговой аттестации выражается количеством баллов, набранных студентом.

Структура и содержание теста.

К тесту допускаются студенты, полностью выполнившие программу курса обучения по дисциплине «Клиентский сервис».

Зачет проходит в письменной форме (тест по всем темам курса, содержащий 30 вопросов). За каждый правильный ответ итогового теста студент получает 1 балл.

Продолжительность письменного экзамена – 90 минут.

В некоторых случаях по усмотрению преподавателя экзамен может проводиться в устной форме. Результат экзамена выражается количеством баллов, набранных студентом.

б) методические указания и рекомендации по выполнению и оформлению заданий для самостоятельной работы (реферат)

Реферат

Реферат, как вид самостоятельной работы студента, представляет собой краткое изложение в письменном виде содержания научного труда, обзора научной литературы по определенной теме.

Реферат – это сокращенное отображение реферируемого произведения, при этом необходимо по возможности точное воспроизведение предмета реферирования. Если же при подготовке реферата автор хочет выразить свои мысли, то он должен с помощью тех или иных приемов (например, путем заключения в скобки указания своих инициалов) отличить их от содержания реферируемого произведения.

Структура реферата: введение, основная часть, заключение, список литературы.

Во *введении* излагается актуальность и важность рассматриваемой темы, определяются цель, предмет, 2-3 задачи работы, указываются используемые литературные источники с точным библиографическим описанием в ссылках.

Основная часть должна включать 2-3 раздела (подраздела, параграфа), содержание которых должно соответствовать задачам. Изложение материала предполагает наличие схем, таблиц, позволяющих структурировать и обобщать материал.

При выполнении работы являются обязательными ссылки на использованную литературу и информационные источники, которые помещаются в виде сносок внизу страниц.

Заключение предполагает наличие самостоятельных выводов, т.е. краткое изложение существа содержания, короткий ответ на вопросы, сформулированные в задачах введения.

В библиографию (*список использованных источников и литературы*) помещаются источники, которые были использованы при написании текста работы.

Оформление реферата

Объем реферата: 5-10 страниц печатного текста.

Шрифт

В работе можно использовать шрифты 12-14 пикселей.

Интервал – 1,5

Размер абзацного отступа – 5 знаков (1,25 см).

Поля

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей:

левое - не менее 30 мм,

правое - не менее 20 мм,

верхнее - не менее 20 мм,

нижнее - не менее 20 мм.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю):

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Клиентский сервис» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН: <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=15211#section-0>.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН/ФГОС.

Разработчики:

Зав. каф. Рек. бизнес-ком.
Должность, название кафедры

подпись

Н.В. Трубникова
инициалы, фамилия

К.ф.н., ст.преп. кафедры
Рекламы и бизнес-коммуникаций
Должность, название кафедры

подпись

Кривохижа В.В.
инициалы, фамилия

Руководитель программы:

Зав. каф. Рек. бизнес-ком.
Должность, название кафедры

подпись

Н.В. Трубникова
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой:

Зав. каф. Рек. бизнес-ком.
Должность, название кафедры

подпись

Н.В. Трубникова
инициалы, фамилия