

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.11.01 «Клиентоориентированный сервис»

наименование дисциплин (модуля)/практик

Автор:

К.э.н. Латышова Л.С.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.06 Торговое дело, «Технологии продаж в современном бизнесе»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

сформировать компетенцию в области обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания (ПК-8)

План курса:

Тема 1. Психология обслуживания клиента как область психологического знания

Особенности сферы услуг как отрасли народного хозяйства. Отличие сферы услуг от сферы продаж. Особенности продвижения услуг. Особенности консультирования клиентов в сфере услуг.

Тема 2. Профессионализм работника сервиса

Влияние личности работника сферы услуг на эффективность его деятельности. Отличие социально-культурного сервиса от других видов услуг.

Методы диагностики и развития профессионально-важных качеств работников социально-культурного сервиса. Виды собеседований, позволяющих оценить ПВК кандидатов на вакансию предприятия сферы услуг. Социально-психологический тренинг как метод развития ПВК работника сферы услуг. Влияние мотивации на эффективность деятельности работника сферы услуг.

Тема 3. Особенности психологии клиента

Социально-психологические факторы, влияющие на поведение клиента сферы социально-культурного сервиса. Природные психофизиологические особенности человека. Общая характеристика темперамента как отражения динамических особенностей индивида. Темперамент как система формальных поведенческих измерений. Структура темперамента.

Проявление темперамента в поведении.

Анализ элементов речевого поведения клиента при низких и высоких значениях показателей темперамента.

Тема 4. Сервисная деятельность и потребности человека

Классификации потребностей человека. Пирамида потребностей А. Маслоу. Связь потребностей клиента с его поведением. Внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование потребностей клиента. Типы клиентов в зависимости от мотивации. Мотивы приобретения услуги. Влияние мотивации клиента на выбор предприятия, оказывающего услуги.

Особенности межличностной коммуникации в сфере услуг. Влияние психологических качеств работника сферы социально-культурного сервиса на его взаимоотношения с клиентами. Влияние характера и темперамента клиента на эффективность взаимодействия с работником сферы услуг.

Тема 5. Взаимодействие работника сервиса с клиентами. Клиент-центрированный подход в работе работника сферы услуг

Методы формирования и развития клиент-центрированного подхода в сфере социально-культурного сервиса. Социально-психологический тренинг как метод формирования и поддержания клиент-центрированного подхода в сфере социально-культурного сервиса.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: диспут, творческое задание.

Формы промежуточной аттестации, отражающие формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачет.

Этап освоения компетенции ПК-8.2 отражает формирование:

на уровне знаний:

Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность

Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики

Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг

Методы проведения маркетингового исследования

Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях

Правила, нормы и основные принципы этики делового общения

Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства

на уровне умений:

Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации

Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков

Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования

Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга

Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования

Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга

на уровне навыков:

Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации

Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований

Формирование предложений по совершенствованию товарной политики

Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики

Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж

Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

Основная литература:

1. Антощенко, В. Ух ты! Сервис / В. Антощенко. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 303 с. — ISBN 978-5-9614-5417-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82789.html>
2. Джон, Шоул Первокласный сервис как конкурентное преимущество / Шоул Джон; перевод И. Евстигнеева; под редакцией В. Григорьевой. — 5-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 344 с. — ISBN 978-5-9614-2269-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86759.html>