

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.11.01 «Клиентские сервисы»

наименование дисциплин (модуля)/практик

Автор: К.э.н. Гаврилина О.П.

Код и наименование направления подготовки, программа бакалаврита:

38.03.06 Торговое дело, «Цифровизация бизнеса и электронная торговля»

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

сформировать компетенции для осуществления научных, в том числе маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; для выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (ПКр ОС-2, ПКс ОС-2)

План курса:

Тема 1. Психология обслуживания клиента как область психологического знания
Особенности сферы услуг как отрасли народного хозяйства. Отличие сферы услуги 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.

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.

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.

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: кейс-ситуация, опрос.

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

Компоненты компетенций ПКр ОС-2 отражают 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
Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики
Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований
Формирование предложений по совершенствованию товарной политики

Компоненты компетенций ПКс ОС-2 отражают формирование:**на уровне знаний:**

Принципы и методы проведения деловых переговоров
Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Программы и сервисы исследования спроса в информационно
Современные правила и стандарты составления технической документации

на уровне умений:

Применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса
Составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Проводить переговоры
Составлять аналитические записки
Использовать профессиональные системы, программы и сервисы для формирования бюджета

на уровне навыков:

Согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком
Формирование бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Анализ тенденции изменения спроса
Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин

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>