

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### **ФТД.02 Управление сервисом**

**Автор:** преподаватель, А.В. Мудрый

**Код и наименование направления подготовки:** 38.04.02 Менеджмент

**Профиль:** Деловое администрирование

**Квалификация (степень) выпускника:** Магистр

**Форма обучения:** очно-заочная, заочная

#### **Цель освоения дисциплины:**

Дисциплина обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Ключевые индикаторы компетенции
ОПК ОС - 1	Способен решать управленческие задачи на основе теории менеджмента и использования бенчмаркинга с учетом изменений внешней среды	Диагностирует проблемную ситуацию, предлагает управленческое решение с учетом трендов внешней среды, на основе современной теории, используя инструменты бенчмаркинга

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Коммуникационная деятельность в бизнесе	ОПК ОС - 1	на уровне знаний: - Ключевые понятия сервиса - Специфические характеристики сервиса
Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности		на уровне умений: - анализировать основные показатели маркетинговой деятельности.
		–навыками использования знаний об особенностях сервиса для разработки реальных маркетинговых проектов; - навыками применения конкретных приемов сервиса для повышения качества работы с клиентами организации, создания клиентоориентированной организации

## **Содержание дисциплины (модуля)**

### **Тема 1. Ключевые понятия сервиса**

Сервис. «Покупатель цены». «Покупатель ценности». «Покупатель стратегического партнера». NPS – Net Promoter Score. Клиенты, сотрудники партнеры (группы влияния.)

### **Тема 2. Разработка стратегии сервиса**

Место стратегии сервиса в общей стратегии организации. Категории маркетинговых предложений (Котлер Ф.): «чистый» осязаемый товар; осязаемый товар с сопутствующими услугами; гибрид, сочетающий приблизительно в равной степени характеристики товаров и услуг; услуга, предоставление которой предполагает использование определенных физических объектов и оказание дополнительных услуг; «чистая» услуга. Полный продукт.

### **Тема 3. Услуги**

Услуга и обслуживание. Свойства услуг. Неосвязаемость. Овеществление качества услуг. Гарантии. Несохранимость. Неразделимость. Непостоянство. Комплекс маркетинга услуг. Виды услуг: необходимые и добавленные. Виды услуг: с высоким, средним и низким уровнем контактов. Уровни сервиса.

### **Тема 4. Управление качеством сервиса**

Удовлетворенность клиента и его лояльность. Три уровня сервиса: ниже, на уровне и выше уровня ожиданий клиента. Правильный сервис. Уровни качества обслуживания: криминальное качество; нормативное качество; фирменное качество; обслуживание экстра-класса. Уровни послепродажного обслуживания: основной; реагирующий; ответственный; проактивный; уровень партнерства. Стандарты обслуживания. Решение о покупке. Четыре разряда качества. Сбор информации о качестве обслуживания. Способы сбора информации. Модели сервиса. Выбор модели сервиса. Исправление ошибок сервиса. Работа с жалобами. Зарубежный опыт.

### **Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:

Устные опросы, дискуссии.

-при проведении занятий семинарского типа:

Дискуссии, тестирование

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

Письменное тестирование

### **Основная литература**

1. Руденко, Л. Л. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.: Дашков и К: Ай Пи Эр Медиа, 2017. (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: ЭБС "IPRbooks" <http://www.iprbookshop.ru/57229.html>
2. Романович Ж.А. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: Учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев, Москва: Дашков и К, 2013. Режим доступа: ЭБС "IPRbooks. <http://www.iprbookshop.ru/24851>