

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

**Институт бизнеса и делового администрирования**

---

**УТВЕРЖДЕНА  
ученым советом РАНХиГС  
(в составе ДПП)**

**Протокол от 20 марта 2025 г. № 3**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Управление сервисом**

**по дополнительной профессиональной программе  
профессиональной переподготовки**

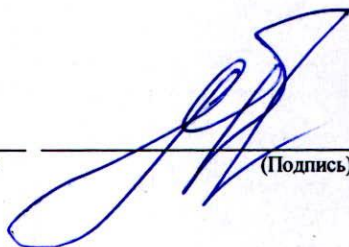
**Мастер делового администрирования**

**Форма обучения    очно-заочная**

**Москва, 2025**

Автор(ы)—составитель(и):  
Преподаватель

\_\_\_\_\_  
(ученое звание, ученая степень, должность)



\_\_\_\_\_  
(Подпись)

Мудрый Андрей Владимирович

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)



## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины .....	4
2. Планируемые результаты обучения дисциплины.....	4
3. Объем дисциплины.....	5
4. Структура и содержание дисциплины.....	5
4.1. Структура дисциплины .....	5
4.2. Содержание дисциплины.....	6
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы слушателей по дисциплине .....	6
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине .....	6
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	7
7.1. Основная литература. ....	7
7.2. Дополнительная литература.....	7
8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины .....	8



## 1. Цель и задачи дисциплины

Основной целью дисциплины «Управление сервисом» является выработка у обучающихся навыков комплексных решений реальных и возможно будущих потребностей клиентов наиболее оптимальным способом, включая поставку товара/услуги и предоставление решения сопутствующего сервиса.

### Основными задачами курса являются:

- Покупатель цены: компания или Клиент, которые в случае возникновения потребности в товаре/услуге делают итоговый выбор только на основании цены
- Покупатель ценности: компания или Клиент, которые в случае возникновения потребности в товаре/услуге делают итоговый выбор на основании совокупности критериев, среди которых фактор цены присутствует, но не является единственным и доминирующим
- Покупатель стратегического партнерства: компания или Клиент, которые в случае возникновения потребности в товаре/услуге работают только с вашей компанией

## 2. Планируемые результаты обучения дисциплины

Таблица 1.

Планируемые результаты обучения дисциплины

Виды деятельности	Профессиональные компетенции или трудовые функции (формируются и (или) совершенствуются) ПСК	Знания	Умения	Практический опыт
Руководство предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия, учреждения, организации.	ПК-7 Владение эффективными бизнес-коммуникациями, умением применять различные методы и технические средства, повышающие эффективность коммуникаций	Знать: – ключевые понятия сервиса - Специфические характеристики сервиса	Уметь: – анализировать основные показатели маркетинговой деятельности.	Владеть: – 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



### 3. Объем дисциплины

Общая трудоемкость курса 26 академических часов

Таблица 2

Объем дисциплины

Вид учебной работы	Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)	С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)
Контактная работа слушателя с преподавателем, в том числе:	10	
лекционного типа (Л) / Интерактивные занятия (ИЗ)	2/0	
лабораторные занятия (практикум) (ЛЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)		
Практические (семинарские) занятия (ПЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)	8/8	
Самостоятельная работа слушателя (СР)	16	
Промежуточная аттестация	форма час.	3 (Т)
Общая трудоемкость по учебному плану (час./з.е)	26	

### 4. Структура и содержание дисциплины

#### 4.1. Структура дисциплины

Таблица 3

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Общая трудоемкость, часы	Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)					С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)					Форма текущего контроля успеваемости, промежуточно й аттестации
			Всего	Контактная работа			СР	Всего	Контактная работа			СР	
				Л	ЛЗ	ПЗ			Л	ЛЗ	ПЗ		
1.	Ключевые понятия сервиса	8	4	2		2	4						
2.	Разработка стратегии сервиса	6	2			2	4						
3.	Услуги	6	2			2	4						
4.	Управление качеством сервиса	6	2			2	4						
Итого:		26	10	2		8	16						
Подготовка и сдача экзамена/зачета												3 (Т)	
Всего		26	10	2		8	16						



## 4.2. Содержание дисциплины

Таблица 4

### Содержание дисциплины

Номер и название разделов (тем)	Содержание разделов (тем)
Тема 1. Ключевые понятия сервиса	Параметры речевой ситуации. Оратор, аудитория, тема речи. Типология аудиторий с учетом различных параметров. Образ оратора и его проявление в речи. Конструирование речевого имиджа.
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. Неосязаемость. 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.

## 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы слушателей по дисциплине

Самостоятельная работа слушателя предполагает:

- самостоятельное изучение разделов курсов, 4 часа
- повторение лекционного материала и материала учебников, 4 часа.
- подбор примеров плохого и хорошего сервиса, 4 часа.

В процессе изучения курса выполняются 1 промежуточное контрольное задание: решение кейса

## Примерные темы рефератов, курсовых работ, проектов

В ходе изучения курса студенты обсуждают примеры из личной практики в области сервисного обслуживания, а также примеры и ситуации, предлагаемые преподавателем. В частности, кейс «Стандарты сервиса Audi».

Кейс-игра: работа с возражениями в ходе которой студенты должны дать ответы на предложенные «возражения клиентов» позволяет отработать навыки работы с клиентами.

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

**Промежуточная аттестация.** Для контроля усвоения данного курса учебным планом предусмотрен зачет, который проводится в форме письменного теста.



### Список вопросов для подготовки к промежуточной аттестации.

1. Понятие сервиса. «Покупатель цены». «Покупатель ценности». «Покупатель стратегического партнера».
2. NPS – Net Promoter Score. Клиенты, сотрудники партнеры (группы влияния.)
3. Место стратегии сервиса в общей стратегии организации.
4. Категории маркетинговых предложений. Полный продукт.
5. Услуга Свойства услуг. Виды услуг
6. Уровни сервиса
7. Уровни послепродажного обслуживания
8. Качество обслуживания. Сбор информации о качестве обслуживания.
9. Способы сбора информации.
10. Модели сервиса. Выбор модели сервиса.
11. Исправление ошибок сервиса. Работа с жалобами.

Таблица 5

#### Оценивание слушателя на зачете по дисциплине

Оценка	Требования к знаниям
зачтено	Оценка «зачтено» выставляется слушателю, если он в полной мере, достаточно глубоко и прочно (или хотя бы в целом) усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно, (или хотя бы верно) излагает его во время зачета, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет увязывать теорию с практикой, однако иногда затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение. Учебными достижениями в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрирует овладение программным материалом в достаточной мере.
незачтено	Оценка «незачтено» выставляется слушателю, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «незачтено» ставится слушателям, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. Учебными достижениями в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрирует не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

### 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

#### 7.1. Основная литература.

1. Руденко, Л. Л. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.: Дашков и К: Ай Пи Эр Медиа, 2021. (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, 2018. Режим доступа: ЭБС "IPRbooks. <http://www.iprbookshop.ru/24851>
3. Волк Е.Н., Зырянов А.И., Лимпинская А.А., Харитонов Н.В., Сервис: Организация, управление, маркетинг, ФИРО, 2024.

#### 7.2. Дополнительная литература.

1. Буйленко В.Ф. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: Учебное пособие /



Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012. Режим доступа: ЭБС "IPRbooks".  
<http://www.iprbookshop.ru/9581>

2. Недякин М. В. Искренний сервис. Как мотивировать сотрудников сделать для клиента больше, чем достаточно. Даже когда шеф не смотрит – М.: Из-во: Манн, Иванов и Фербер, 2019
3. Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество – М.: Из-во Альпина Паблишер, 2015

### 7.3. Интернет ресурсы, справочные системы

1. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)

## 8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

### Список учебно-лабораторного оборудования для реализации дисциплины и проведения промежуточной аттестации.

Для проведения занятий по указанной дисциплине преподавателю необходимо следующее учебно-лабораторное оборудование:

- компьютерное и мультимедийное оборудование: используется программа PowerPoint для демонстрации слайдов с учебно-теоретическим материалом курса;
- мультимедийный проектор для проектирования изображения компьютерных слайдов;
- флип-чарт с блокнотами для записи ключевых идей дискуссии в аудитории
- доска (мел или маркеры в зависимости от качества доски)
- бумага формата А4 для работы групп.

### Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний слушателей.

- пакет лицензионного программного обеспечения общего назначения Microsoft Office (презентационный редактор MS PowerPoint, текстовый редактор MS Word, электронные таблицы MS Excel), а также Adobe Acrobat Reader

- интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).