

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Стратегии управления клиентами на рынке услуг Б1.В.ОД.16

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент сферы услуг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Куцевол Н.Г.

Рецензент(ы):

Разумовская Е.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Разумовская Е. М.

Протокол заседания кафедры No _____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No _____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No 949981917

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Куцевол Н.Г. кафедра менеджмента в социальной сфере Институт управления, экономики и финансов ,
Nadejda.Koutsevol@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Основной целью данного курса становится исследование способности современных организаций к использованию достижений теории и практики современного менеджмента. Курс нацелен на развитие навыков эффективного управления и способности к принятию обоснованных управленческих решений.

Основными задачами становятся:

1. Изучение склонности потребителей услуг к самовоспроизводству
2. Знакомство с коэффициентами лояльности.
3. Изучение методов защиты от нелояльных клиентов.
4. Изучение факторов лояльности в потреблении услуг.
5. Изучение получения дополнительной ценности при оказании услуг в глазах потребителей. Отбор ключевых клиентов в потреблении услуг.
6. оценка потребительских возможностей в секторе социально-значимых услуг
7. Изучение потребительских рисков и потребительской практики при потреблении услуг.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.16 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Данная дисциплина относится к циклу профессиональных дисциплин направления Менеджмент, профиля Менеджмент сферы услуг.

Имеет тесные взаимосвязи с такими дисциплинами как 'Основы менеджмента', 'Теория организации' 'Информационные технологии в менеджменте', 'Теория менеджмента сферы услуг', 'Бизнес-процессы и услуги внутрикорпоративного управления', 'Управление жизненным циклом услуг' и ряда др.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3 (общекультурные компетенции)	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОК-3 (общекультурные компетенции)	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ПК-1 (профессиональные компетенции)	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-1 (профессиональные компетенции)	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
ПК-3 (профессиональные компетенции)	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-3 (профессиональные компетенции)	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-7 (профессиональные компетенции)	владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ
ПК-7 (профессиональные компетенции)	владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:
 1. способность к анализу проблем поведения потребителей на рынке услуг
 2. готовность к определению основные рисков в поведении потребителей с целью формирования успешной потребительской практики.
 3. способность к выявлению ключевых зависимостей во взаимосвязи производитель услуги-потребитель услуг.
 4. способность к оценке потребительских практик на рынке различного вида услуг, в том числе, социально-значимых (здравоохранение, образование, культура итд)

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Основы потребительского поведения в сфере услуг.	7	1,2	4	4	0	
2.	Тема 2. Коэффициенты лояльности.	7	3,4	4	4	0	
3.	Тема 3. Социально-демографические и экономические факторы и их роль в формировании лояльности в сфере услуг.	7	5,6	4	4	0	
4.	Тема 4. Цена конкурентной борьбы за клиента. партнерские отношениях между компаниями в отношении завоевания клиентов.	7	7,8	4	4	0	
5.	Тема 5. Удержание клиентов в сфере услуг.	7	9,10	4	4	0	
6.	Тема 6. Самовоспроизводство и ?выращивание? клиентов.	7	11,12	4	4	0	
7.	Тема 7. Ключевые факторы эффективного потребления услуг	7	13,14	2	4	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Экзамен
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Основы потребительского поведения в сфере услуг.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Феномен отрицательного выбора потребителей услуг. Взаимовыгодность и долговременность при потреблении услуг.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Конкурентные преимущества компании при оказании услуг потребителям. Склонность потребителей услуг к самовоспроизводству

Тема 2. Коэффициенты лояльности.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Эффективность лояльности категорий потребителей. Резервы роста лояльности потребителей. Стратегии поведения целевых групп клиентов.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Отбор целевых групп клиентов и их экономическая эффективность. Лояльность потребителей на рынках монополизированных государством отраслей услуг.

Тема 3. Социально-демографические и экономические факторы и их роль в формировании лояльности в сфере услуг.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Внутренние убеждения при потреблении услуг и их роль в обеспечении денежного дохода компании в сфере услуг. Получение дополнительной ценности при оказании услуг в глазах потребителей. Менталитет и лояльность потребителей.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Социальное положение и пристрастия в выборе качества и условий оказания услуг. Факторы внутренней лояльности клиентов.

Тема 4. Цена конкурентной борьбы за клиента. партнерские отношениях между компаниями в отношении завоевания клиентов.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Создание и поддержание клиентской базы. Характер отраслей сферы услуг и политика взаимоотношений с клиентами.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Разработка клиентской базы в различных отраслях сферы услуг. Ключевые факторы поведения

Тема 5. Удержание клиентов в сфере услуг.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Личная симпатия и доверии в предоставлении услуг. Персонализация процесса оказания услуг как основной фактор удержания клиентов.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Обещанное предложение ценности и высококачественное обслуживание. Опросы клиентов и мониторинг собственной работы в обслуживающей компании.

Тема 6. Самовоспроизводство и ?выращивание? клиентов.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Повышение стоимости существующих клиентов. Жизненная стоимость клиента.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Увеличение в затратах на каждого клиента через расширение набора дополнительных услуг. Клиентский бизнес в системе предоставления услуг.

Тема 7. Ключевые факторы эффективного потребления услуг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Персонал сферы услуг. Система ценообразования на услуги как один из ключевых факторов в потреблении услуг. Каналы распределения услуг.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Процесс оказания услуг. Коммуникации в процессе оказания услуг. Неосвязаемость в оценке качества услуг потребителем. Услуги с низкой степенью взаимодействия в потреблении

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Основы потребительского поведения в сфере услуг.	7	1,2	изучение в рамках программы курса тем и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия;	4	тематическая исследовательская работа
				реферирование статей	4	тематический обзор
2.	Тема 2. Коэффициенты лояльности.	7	3,4	выполнение контрольных работ	2	контрольная работа
3.	Тема 3. Социально-демографические и экономические факторы и их роль в формировании лояльности в сфере услуг.	7	5,6	оценка фактором развития потребительских отношений на рынках услуг	2	тематическое эссе
4.	Тема 4. Цена конкурентной борьбы за клиента. партнерские отношениях между компаниями в отношении завоевания клиентов.	7	7,8	самостоятельное изучение темы в рамках ?круглых столов?	6	оценка на итоговом семинаре
5.	Тема 5. Удержание клиентов в сфере услуг.	7	9,10	разработка программ удержания	6	тематическое эссе
6.	Тема 6. Самовоспроизводство и ?выращивание? клиентов.	7	11,12	участие студентов в составлении потребительских тестов	6	оценка тестов на практике
7.	Тема 7. Ключевые факторы эффективного потребления услуг	7	13,14	выполнение исследовательских и творческих заданий	6	оценка исследовательской работы
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Для повышения эффективности обучения используется комплекс методик и подходов к образованию, ориентированный на потребности и восприятие процесса управления. Его основные элементы:

1. Сближение обучения с практической деятельностью студента - обучение на базе рабочей ситуации, вовлечение в учебный процесс практического опыта преподавателей (студентов) и др.

2. Использование наиболее активных методов обучения, позволяющих экономно расходовать время студента, таких, как групповые дискуссии, деловые игры, тренинги, 'мозговые штурмы', работа с интерактивными учебными материалами и т.д.
3. Образовательный подход - помощь в проявлении уникальных способностей студента, формировании его собственной цельной картины взглядов на управление фирмой посредством усвоения концепций, применимых в широком диапазоне ситуаций.
4. Развитие творческих способностей студентов, умения принимать решения в неординарных условиях путем использования проблемных методов обучения (case study и рабочие ситуации).
5. Развивающий подход - обучение умению не только знать, но и думать, использовать знания, регулярно повышать свой интеллектуальный уровень. Развивающие, научно-исследовательские направления образования (активные методы обучения) строят технологии на методиках познания. Другими словами, формирование личностной модели ученика происходит под влиянием нелинейной модели знаний.
6. Универсальность изложения курсов и применение методов адаптации содержания к конкретным условиям.
7. Проектирование самостоятельной работы, существенно расширяющей личную инициативу студента и организацию гибких и эффективных форм контроля со стороны преподавателей, принимающих участие в программе.
8. Организация системного контроля с помощью промежуточных и итоговых измерений уровней знаний, умений и навыков обучаемых.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Основы потребительского поведения в сфере услуг.

тематическая исследовательская работа , примерные вопросы:

Феномен отрицательного выбора потребителей услуг.

тематический обзор , примерные вопросы:

Тематический обзор потребительских практик в различных отраслях сферы услуг

Тема 2. Коэффициенты лояльности.

контрольная работа , примерные вопросы:

Расчет коэффициентов лояльности

Тема 3. Социально-демографические и экономические факторы и их роль в формировании лояльности в сфере услуг.

тематическое эссе , примерные темы:

Обзор социально-демографических факторов в формировании лояльности клиентов в сфере услуг

Тема 4. Цена конкурентной борьбы за клиента. партнерские отношениях между компаниями в отношении завоевания клиентов.

оценка на итоговом семинаре , примерные вопросы:

Оценка конкуренции на рынке услуг (выбрать один из сегментов рынка)

Тема 5. Удержание клиентов в сфере услуг.

тематическое эссе, примерные темы:

Разработать программу удержания клиентов

Тема 6. Самовоспроизводство и ?выращивание? клиентов.

оценка тестов на практике, примерные вопросы:

Разработать тест потребительских предпочтений в организации сферы услуг (вид деятельности выбрать самостоятельно)

Тема 7. Ключевые факторы эффективного потребления услуг

оценка исследовательской работы, примерные вопросы:

Оценить систему факторов влияния на потребительское поведение на практике работы отдельной организации

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. Понятие "необходимые потребители".
2. Феномен отрицательного выбора потребителей услуг.
3. Склонность потребителей услуг к самовоспроизводству
4. Коэффициенты лояльности.
5. Стратегии поведения целевых групп клиентов. Отбор целевых групп клиентов и их экономическая эффективность.
6. Методы защиты от нелояльных клиентов.
7. Лояльность в монополизированных секторах экономики и сферы услуг.
8. Факторы лояльности в потреблении услуг.
9. Социально-демографические и экономические факторы и их роль в формировании лояльности в сфере услуг.
10. Получение дополнительной ценности при оказании услуг в глазах потребителей. Менталитет и лояльность потребителей.
11. Отбор ключевых клиентов в потреблении услуг.
12. Цена конкурентной борьбы за клиента. партнерские отношениях между компаниями в отношении завоевания клиентов.
13. Приобретение клиентов, обновление базы клиентов. Привлечение новых клиентов : сложность и значительная стоимость.
14. Эффект "дырявого ведра" в привлечении клиентов
15. Удержание клиентов в сфере услуг. Личная симпатия и доверие в предоставлении услуг.
16. Повышение стоимости существующих клиентов.
17. Жизненная стоимость клиента.
18. Эксклюзивность во взаимоотношениях с клиентами.
19. Клиентский бизнес в системе предоставления услуг.
20. Ключевые факторы эффективного потребления услуг.

7.1. Основная литература:

1. Кондрашов, В. М. Управление продажами [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Маркетинг' (080111), 'Коммерция (торговое дело)' (080301) / В. М. Кондрашов; под ред. В. Я. Горфинкеля. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 319 с. - ISBN 978-5-238-01259-9. ЭБС 'Знаниум' Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=396909>
2. Комаров, Е. И. Управление эффективностью социальных учреждений [Электронный ресурс] : Учебно-практическое пособие / Е. И. Комаров, Н. Н. Стрельникова, И. В. Малофеев. - М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 304 с. - ISBN 978-5-394-02081-0., ЭБС 'Знаниум'
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415034>
3. Блинов, А. О. Управленческое консультирование [Электронный ресурс] : Учебник для магистров / А. О. Блинов, В. А. Дресвянников. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 212 с. - ISBN 978-5-394-02052-0. ЭБС 'Знаниум' Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415014>

7.2. Дополнительная литература:

Техника продаж крупным клиентам: 111 вопросов и ответов / Лукич Р.М., Колотилов Е. - М.:Альпина Пабл., 2016. - 265 с.: ISBN 978-5-9614-1965-8, <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=925454>

Джоббер, Д. Продажи и управление продажами [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 622 с. - ISBN 0-273-64210-3 (англ.), ISBN 5-238-00465-6 (русск.). <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=377360>

Иган, Джон. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100 'Коммерция (торговое дело)' 080301 / Дж. Иган; пер. с англ. Е. Э. Лалаян. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 375 с. - (Серия 'Зарубежный учебник'). - ISBN 0-273-68623-2 (англ.), ISBN 978-5-238-01321-3 (русск.). <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391819>

Управление рестораном: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Социально-культурный сервис и туризм', 'Экономика и управление на предприятии (в сфере сервиса)', 'Менеджмент в сфере услуг', 'Управление пер / Милл Р.К., Лалаян Е., - 3-е изд. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 535 с.: 70x100 1/16. - (Зарубежный учебник) ISBN 978-5-238-01589-7 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=883747>

Клепик, М. С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета [Электронный ресурс] / М. С. Клепик. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2012. - 88 с. - ISBN 978-5-394-01811-4., <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430534>

7.3. Интернет-ресурсы:

Административный Управленческий Портал - www.aup.ru

Образовательный портал: экономика, социология, менеджмент - www.ecsocman.edu.ru

полнотекстовые книги, при желании можно найти литературу по рискам, управлению, экономике - <http://www.rapidkniga.info/>

словари и справочники - <http://dic.academic.ru/>

Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал. - <http://eur.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Стратегии управления клиентами на рынке услуг" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен студентам. Электронная библиотечная система "Консультант студента" предоставляет полнотекстовый доступ к современной учебной литературе по основным дисциплинам, изучаемым в медицинских вузах (представлены издания как чисто медицинского профиля, так и по естественным, точным и общественным наукам). ЭБС предоставляет вузу наиболее полные комплекты необходимой литературы в соответствии с требованиями государственных образовательных стандартов с соблюдением авторских и смежных прав.

Проектор с экраном, принтер и копировальный аппарат для распечатки текстов, прочее подобное оборудование.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Менеджмент сферы услуг .

Автор(ы):

Куцевол Н.Г. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Разумовская Е.М. _____

"__" _____ 201__ г.