

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



подписано электронно-цифровой подписью

### Программа дисциплины

Стратегия управления клиентами предприятий сферы услуг Б3.В.5

Направление подготовки: 080200.62 - 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 (отделение менеджмента):

Протокол заседания УМК No \_\_\_ от "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No 949920514

Казань  
2014

## 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 Отделение менеджмента, Nadejda.Koutsevol@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

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

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.5 Профессиональный" основной образовательной программы 080200.62 Менеджмент и относится к вариативной части. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Курс "Стратегия управления клиентами в сфере услуг" является одним из завершающих для студентов, обучающихся по направлению "Менеджмент", профилю "Менеджмент сферы услуг". Рассмотрение проблем управления клиентами в сфере услуг становится определяющим в подготовке специалистов. Огромное значение приобретает рассмотрение проблем управления лояльностью клиентов в сервисном менеджменте, перечню и анализу ключевых факторов в создании системы доверительных отношений в клиентском бизнесе, системе экономических и социально-демографических факторов в создании и удержании клиентской базы в сервисных организациях, малых предприятиях, предлагающих широкий спектр услуг населению, организациях, предоставляющих спектр социально-значимых услуг. Существенное внимание уделяется анализу особенностей управления клиентами в сфере услуг.

Курс предназначен для студентов последнего года обучения по профилю "Менеджмент сферы услуг". Последовательность изложения материала обусловлена стремлением к единству теории и практики в анализе современных проблем постановки процесса управления клиентами в сервисном менеджменте.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Данная дисциплина относится к циклу профессиональных дисциплин направления Менеджмент.

Имеет тесные взаимосвязи с такими дисциплинами как "Основы менеджмента", "Теория организации" "Информационные технологии в менеджменте", "Разработка и принятие управленческих решений", 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-14 (общекультурные компетенции)	? владеть одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-19 (общекультурные компетенции)	? способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации
ОК-3 (общекультурные компетенции)	? способностью занимать активную гражданскую позицию
ПК-18 (профессиональные компетенции)	? владеть методами принятия стратегических, тактических и операционных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
ПК-2 (профессиональные компетенции)	? владеть методами принятия стратегических, тактических и операционных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
ПК-19 (профессиональные компетенции)	? способностью планировать операционную (производственную) деятельность организации
ПК-23 (профессиональные компетенции)	знание современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Демонстрировать способность понимание роли и значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний (Демонстрировать готовность к разработке процедур и методов контроля

Демонстрировать готовность участвовать в реализации программы организационных изменений, способностью преодолевать локальное сопротивление изменениям

Демонстрировать готовность участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций

Демонстрировать способность решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 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	
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	2	0	домашнее задание
2.	Тема 2. Лояльность потребителей.	7	2	4	4	0	домашнее задание
3.	Тема 3. Факторы лояльности в потреблении услуг	7	3	4	4	0	домашнее задание
4.	Тема 4. Отбор ключевых клиентов в потреблении услуг.	7	4	4	4	0	устный опрос
5.	Тема 5. Приобретение клиентов, обновление базы клиентов.	7	5	4	4	0	устный опрос
6.	Тема 6. Удержание клиентов в сфере услуг	7	6	2	2	0	домашнее задание
7.	Тема 7. Самовоспроизводство и ?выращивание? клиентов.	7	7	4	4	0	устный опрос
8.	Тема 8. Ключевые факторы эффективного	7	8	2	4	0	устный опрос
<b>4.2 Содержание дисциплины</b>							
	Тема 1. Основы потребительского поведения в сфере услуг					0	экзамен
<b>лекционное занятие (2 часа(ов)):</b>							
Поиск и удержание нужных потребителей. Понятие ?необходимые потребители?. Экономически эффект лояльности потребителей. Феномен отрицательного выбора потребителей услуг.							
<b>практическое занятие (2 часа(ов)):</b>							
Взаимовыгодность и долговременность при потреблении услуг. Конкурентные преимущества компании при оказании услуг потребителям. Склонность потребителей услуг к самовоспроизводству							
<b>Тема 2. Лояльность потребителей.</b>							
<b>лекционное занятие (4 часа(ов)):</b>							
Коэффициенты лояльности. Эффективность лояльности категорий потребителей. Резервы роста лояльности потребителей. Стратегии поведения целевых групп клиентов.							
<b>практическое занятие (4 часа(ов)):</b>							

Отбор целевых групп клиентов и их экономическая эффективность. Реорганизация каналов сбыта, выбор оптимального канала сбыта. Рискованные клиенты. Методы защиты от нелояльных клиентов. Лояльность в монополизированных секторах экономики. Лояльность потребителей и жизненный цикл бизнеса.

### **Тема 3. Факторы лояльности в потреблении услуг**

#### ***лекционное занятие (4 часа(ов)):***

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

#### ***практическое занятие (4 часа(ов)):***

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

### **Тема 4. Отбор ключевых клиентов в потреблении услуг.**

#### ***лекционное занятие (4 часа(ов)):***

Понимание клиента, сегментации рынка на ниши (по потребностям), выбор целевых с максимальной ценностью для компании. Цена конкурентной борьбы за клиента. партнерские отношениях между компаниями в отношении завоевания клиентов.

#### ***практическое занятие (4 часа(ов)):***

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

### **Тема 5. Приобретение клиентов, обновление базы клиентов.**

#### ***лекционное занятие (4 часа(ов)):***

Привлечение новых клиентов : сложность и значительная стоимость.

#### ***практическое занятие (4 часа(ов)):***

Эффект ?дырявого ведра? в привлечении клиентов. Коммуникации и предложение ценности целевым потребителям. Программы коммуникации в распространении услуг. Образовательные программы для клиентов. количество и эффективность контактов в привлечении клиентов. Потенциал роста базы клиентов.

### **Тема 6. Удержание клиентов в сфере услуг**

#### ***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Личная симпатия и доверии в предоставлении услуг. Персонализация процесса оказания услуг как основной фактор удержания клиентов. Обещанное предложение ценности и высококачественное обслуживание.

#### ***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Опросы клиентов и мониторинг собственной работы в обслуживающей компании. Стратегии удержания клиентов опираясь качественных услуг, выслушивании клиентов и создании отношений, препятствующих уходу последних.

### **Тема 7. Самовоспроизводство и ?выращивание? клиентов.**

#### ***лекционное занятие (4 часа(ов)):***

Повышение стоимости существующих клиентов. Жизненная стоимость клиента. Увеличение в затратах на каждого клиента через расширение набора дополнительных услуг.

#### ***практическое занятие (4 часа(ов)):***

Установление партнерских отношений с клиентами. Эксклюзивность во взаимоотношениях с клиентами. Клиентский бизнес в системе предоставления услуг

### **Тема 8. 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. Процесс оказания услуг. Коммуникации в процессе оказания услуг.

#### ***практическое занятие (4 часа(ов)):***

Прямые взаимосвязи между персоналом и потребителями в сфере 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	подготовка домашнего задания	10	домашнее задание
2.	Тема 2. Лояльность потребителей.	7	2	подготовка домашнего задания	12	домашнее задание
3.	Тема 3. Факторы лояльности в потреблении услуг	7	3	подготовка домашнего задания	10	домашнее задание
4.	Тема 4. Отбор ключевых клиентов в потреблении услуг.	7	4	подготовка к устному опросу	12	устный опрос
5.	Тема 5. Приобретение клиентов, обновление базы клиентов.	7	5	подготовка к устному опросу	12	устный опрос
6.	Тема 6. Удержание клиентов в сфере услуг	7	6	подготовка домашнего задания	12	домашнее задание
7.	Тема 7. Самовоспроизводство и ?выращивание? клиентов.	7	7	подготовка к устному опросу	12	устный опрос
8.	Тема 8. Ключевые факторы эффективного потребления услуг	7	8	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
	Итого				90	

#### 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.

#### Интерактивные формы обучения

1. Интерактивная экскурсия
2. Использование кейс-технологий
3. Проведение видеоконференций
4. Круглый стол
5. Мозговой штурм
6. Дебаты
7. Фокус-группа
8. Деловые и ролевые игры
9. case-study (анализ конкретных, практических ситуаций)
10. учебные групповые дискуссии
11. тренинги.

#### **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**

домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовить домашнее задание и обсудить: Феномен отрицательного выбора потребителей услуг. Взаимовыгодность и долговременность при потреблении услуг. Конкурентные преимущества компании при оказании услуг потребителям.

##### **Тема 2. Лояльность потребителей.**

домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовить домашнее задание и обсудить: Резервы роста лояльности потребителей. Стратегии поведения целевых групп клиентов. Отбор целевых групп клиентов и их экономическая эффективность.

##### **Тема 3. Факторы лояльности в потреблении услуг**

домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовить домашнее задание и обсудить: Социально-демографические и экономические факторы и их роль в формировании лояльности в сфере услуг. Внутренние убеждения при потреблении услуг и их роль в обеспечении денежного дохода компании в сфере услуг.

##### **Тема 4. Отбор ключевых клиентов в потреблении услуг.**

устный опрос , примерные вопросы:



Темы для опроса: Цена конкурентной борьбы за клиента. партнерские отношениях между компаниями в отношении завоевания клиентов. Создание и поддержание клиентской базы.

### **Тема 5. Приобретение клиентов, обновление базы клиентов.**

устный опрос , примерные вопросы:

Темы для опроса: Эффект "дырявого ведра" в привлечении клиентов. Коммуникации и предложение ценности целевым потребителям. Программы коммуникации в распространении услуг.

### **Тема 6. Удержание клиентов в сфере услуг**

домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовить домашнее задание и обсудить: Личная симпатия и доверии в предоставлении услуг. Персонализация процесса оказания услуг как основной фактор удержания клиентов. Обещанное предложение ценности и высококачественное обслуживание.

### **Тема 7. Самовоспроизводство и "выращивание" клиентов.**

устный опрос , примерные вопросы:

Разработать методы самовоспроизводства клиентов сферы услуг.

### **Тема 8. Ключевые факторы эффективного потребления услуг**

устный опрос , примерные вопросы:

Выделить ключевые факторы потребительского поведения в различных национальных культурах. Проанализировать в сравнении.

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к экзамену:

Планируется проведение тестовых заданий, кейсов в соответствии с нижеприведенной тематикой.

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

## 27. Ключевые факторы эффективного потребления услуг.

### 7.1. Основная литература:

Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование: учебное пособие / О.В. Китова; РЭА им. Г.В. Плеханова. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 328 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=180316>

Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : Учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. - М.: Дашков и К, 2014. - 252 с. - ISBN 978-5-394-02090-<http://znanium.com/bookread.php?book=430570>

Маркетинг сферы услуг: Учебное пособие / С.Н. Диянова, А.Э. Штезель. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 192 с.//<http://znanium.com/bookread.php?book=326965>

### 7.2. Дополнительная литература:

Балаева О.Н., Предводителева М.Д. Эра услуг: требуются профессионалы // Бизнес-образование. ? 2002. ? ♦2(13).

Версина, Н. Реинжиниринг как инструмент реструктуризации предприятия / Н. Верстана, Ю. Еленева, А. Сиганьков [электронный ресурс]. - <http://home.expert.ru/oborud/crisl.htm>.

Демидова Л. Сфера услуг в постиндустриальной экономике // Мировая экономика и международные отношения. ? 1999. ? ♦2.

Демидова Л. Сфера услуг России: трудный путь модернизации // Мировая экономика и международные отношения. ? 2008. ? ♦2.

Маркова В.Д. Маркетинг услуг. ? М.: Финансы и статистика, 1996.

Российский статистический ежегодник. ? М.: Росстат, 2007.

Рутгайзер В.М., Корягина Т.И., Арбузова Т.И. и др. Сфера услуг. Новая концепция развития. ? М.: Экономика, 1990.

Вентцель, Е.С. Исследование операций: задачи, принципы, методология / Е.С. Вентцель. - М.: Наука, 1988.

Генералов, С. Управление отношениями с клиентами: бизнес- стратегия, предназначенная для оптимизации доходов, прибыльности и удовлетворенности клиентов [электронный ресурс]. - <http://www.crm-systems.ru/crmsystems.html>

Гуиар, Ф.Ж. Преобразование организации / Ф.Ж. Гуиар, Дж.Н. Келли: Пер. с англ. - М.: Дело, 2000.

Зиндер, Е.З. Реинжиниринг + информационные технологии = новое системное проектирование/Е.З. Зиндер // Открытые системы. -1996. - ♦1.

Клейнер, Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность / Г.Б. Клейнер, А. Стратегия управления бизнес-процессами: организационное развитие [электронный ресурс]. - [http://big.spb.ru/publications/other/km/steteg\\_upr\\_bus\\_org\\_razv.shtml](http://big.spb.ru/publications/other/km/steteg_upr_bus_org_razv.shtml)

### 7.3. Интернет-ресурсы:

бесплатные библиотеки сети :: экономическая . - ..[allbest.ru/eko.htm](http://allbest.ru/eko.htm)

Экономическая библиотека - [ecouniver.com/](http://ecouniver.com/)

Экономическая библиотека онлайн - [finoboz.com/](http://finoboz.com/)

Электронная библиотека бесплатных электронных книг - - [www.finbook.biz/](http://www.finbook.biz/)

Электронная библиотека онлайн, - [www.elobook.com/](http://www.elobook.com/)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Стратегия управления клиентами предприятий сферы услуг" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080200.62 "Менеджмент" и профилю подготовки Менеджмент сферы услуг .

Автор(ы):

Куцевол Н.Г. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Разумовская Е.М. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.