

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления и территориального развития



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

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:

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

Учебно-методическая комиссия Института управления и территориального развития:

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

Регистрационный No

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. 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 отношения 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
4.2 Содержание дисциплины							
	Тема 1. Основы потребительского поведения в сфере услуг					0	экзамен
	лекционное занятие (2 часа(ов)):						
	Поиск и удержание нужных потребителей. Понятие ?необходимые потребители?. Экономический эффект лояльности потребителей. Феномен отрицательного выбора потребителей услуг.						
	практическое занятие (2 часа(ов)):						
	Взаимовыгодность и долговременность при потреблении услуг. Конкурентные преимущества компании при оказании услуг потребителям. Склонность потребителей услуг к самовоспроизводству						
	Тема 2. Лояльность потребителей.						
	лекционное занятие (4 часа(ов)):						
	Коэффициенты лояльности. 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. 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:

1. 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>
2. 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>
3. 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:

1. Беквит Г. Что любят клиенты ? СПб.: Питер, 2004.-208с. 43.
2. Берман Б., Эванс ДЖ. Розничная торговля: стратегический подход.- М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. - 273с. 44.
3. Виноградова М. В., Панина З. И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2007. - 467с. 46.
4. Гантер В., Фернхам А. Типы потребителей: введение в психографику. -СПб.: Питер, 2001.- 123с. 47.
5. Балаева О., Предводителева М. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития // Мировая экономика и международные отношения. ? 2007. ? ◆3.
6. Балаева О.Н., Предводителева М.Д. Эра услуг: требуются профессионалы // Бизнес-образование. ? 2002. ? ◆2(13).
7. Восколович Н.А. Экономика платных услуг. ? М.: Юнити-Дана, 2007.
8. Демидова Л. Сфера услуг в постиндустриальной экономике // Мировая экономика и международные отношения. ? 1999. ? ◆2.
9. Демидова Л. Сфера услуг России: трудный путь модернизации // Мировая экономика и международные отношения. ? 2008. ? ◆2.
10. Кликич Л.М. Эволюция сферы услуг: неравновесный подход. ? М.: Изд-во МСХА, 2004.
11. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. ? М., СПб., Киев: Вильямс, 2005.
12. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. ? М.: Финансы и статистика, 1996.
13. Российский статистический ежегодник. ? М.: Росстат, 2007.
14. Рутгайзер В.М., Корягина Т.И., Арбузова Т.И. и др. Сфера услуг. Новая концепция развития. ? М.: Экономика, 1990.
15. Борисов, А.В. Совершенствование бизнес-процессов / А.В. Борисов. - М.: Логика бизнеса, 2005. - 56 с.
16. Бородатова, М.В. Автоматизация моделирования объектов реинжиниринга / М.В. Бородатова, А.В. Шерстюк. - СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999.
17. Вентцель, Е.С. Исследование операций: задачи, принципы, методология / Е.С. Вентцель. - М.: Наука, 1988.
18. Версина, Н. Реинжиниринг как инструмент реструктуризации предприятия / Н. Верстана, Ю. Еленева, А. Сиганьков [электронный ресурс]. - <http://home.expert.ru/oborud/crisl.htm>.
19. Гаврилов, А.И. Реинжиниринг бизнес-процессов: механизмы реализации: Монография / А.И. Гаврилов, А.М. Озина. - Н. Новгород: Изд-во ВВАГС, 2006. - 364 с.

21. 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>.
22. Гуияр, Ф.Ж. Преобразование организации / Ф.Ж. Гуияр, Дж.Н. Кел- ли: Пер. с англ. - М.: Дело, 2000.
23. Зиндер, Е.З. Реинжиниринг + информационные технологии = новое системное проектирование/Е.З. Зиндер // Открытые системы. -1996. - ♦1.
24. Киселев, С.В. Экономические и организационные основы функционирования сферы услуг: Монография. / С.В. Киселев и др. - Казань: Академия управления "ТИСБИ", 2004. - 220 с.
25. Клейнер, Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность / Г.Б. Кленнн, А. Стратегия управления бизнес-процессами: организационное развитие [электронный ресурс]. - http://big.spb.ru/pubiications/other/km/steteg_upr_bus_org_razv.shtml.
26. Кутелев, П.В. Технология реинжиниринга бизнеса / П.В. Кутелев, И.В. Мишурова. ^ М.: ИКЦ "МарТ\ 2003. - 176 с.
27. Мартич, А. Как внедрить процессно-ориентированное управление? / А. Мартич // Управление компанией. - 2000. - ♦ 23. - С. 31-35.
28. Масленникова, Н. Разработка структуры управления, обладающей потенциалом для изменений / Н. Масленникова // Проблемы теории и практики управления. - 2002. - ♦ 4. - С. 121-127.
29. Масленченков, Ю.С. Бизнес-стратегии и бизнес-процессы обслуживания корпоративных клиентов банка: Учебная программа ММФБШ / Ю.С. Масленченков. - М., 2000.
30. Масленченков, Ю.С. Экономика банка. Разработка по управлению финансовой деятельностью банка / Ю.С. Масленченков, А.П. Дубанков. - М.: "БДЦ-Пресс", 2003. - 168 с.

7.3. Интернет-ресурсы:

- бесплатные библиотеки сети ::: экономическая . - ..allbest.ru/eko.htm
Экономическая библиотека - ecouniver.com/
Экономическая библиотека онлайн - finoboz.com/
Электронная библиотека бесплатных электронных книг - - www.finbook.biz/
Электронная библиотека онлайн, - 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.