

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт управления, экономики и финансов  
Центр бакалавриата Менеджмент



*подписано электронно-цифровой подписью*

## **Программа дисциплины**

Управление лояльностью покупателей

Направление подготовки: 38.03.06 - Торговое дело  
Профиль подготовки: Коммерция и цифровые технологии продаж  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очное  
Язык обучения: русский  
Год начала обучения по образовательной программе: 2024

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): доцент, к.н. Палякин Р.Б. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), roman.palyakin@yandex.ru

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-2	Способен организовывать и осуществлять руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- описывает цели и задачи клиентоориентированного маркетинга
- определяет критерии потребительской удовлетворенности
- определяет критерии формирования потребительской ценности сервисного обслуживания

Должен уметь:

- анализирует техники постпродажного обслуживания
- применяет техники удержания клиента на основе анализа потребительского опыта
- руководит процессом предпродажного и постпродажного обслуживания

Должен владеть:

- анализирует программу лояльности организации
- разрабатывает программу лояльности и оценивает эффективность методов удержания клиентов

Должен демонстрировать способность и готовность:

### 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.05.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.06 "Торговое дело (Коммерция и цифровые технологии продаж)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 4 курсе в 8 семестре.

### 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) на 180 часа(ов).

Контактная работа - 80 часа(ов), в том числе лекции - 40 часа(ов), практические занятия - 40 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 46 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 54 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 8 семестре.

**4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)**

N	Разделы дисциплины / модуля	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тельная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Потребительская лояльность	8	8	0	8	0	0	0	8
2.	Тема 2. Привлечение и удержание покупателей в цифровой среде	8	8	0	8	0	0	0	8
3.	Тема 3. Формирование клиентского капитала	8	8	0	8	0	0	0	10
4.	Тема 4. Программы лояльности в коммерции	8	8	0	8	0	0	0	10
5.	Тема 5. Оценка эффективности программ лояльности	8	8	0	8	0	0	0	10
	Итого		40	0	40	0	0	0	46

**4.2 Содержание дисциплины (модуля)**

**Тема 1. Потребительская лояльность**

Потребитель. Лояльность. Потребительская ценность. Приверженность и лояльность. Определения лояльности. Подходы к определениям. Типология лояльности. 5 причин быть лояльным клиентом. Модель Дика и Бабу. Лестница Бена Ханга в управлении лояльностью. Сегментация по лояльности. Активации и инструменты управления лояльностью. Интеграции и партнерство. Взаимодействие компании с различными сегментами по лояльности.

**Тема 2. Привлечение и удержание покупателей в цифровой среде**

Привлечение потребителей. Анализ покупательского пути (CJM). Анализ конкурентов в цифровой среде. Процесс привлечения потребителей (клиентов). Базовые инструменты привлечения клиентов. Методы и инструменты привлечения потребителей. Воронки продаж. Коэффициенты конверсии. Показатели осведомленности и узнаваемости. Показатели доступности товара на рынке. Показатели оттока потребителей. Удержание потребителей

**Тема 3. Формирование клиентского капитала**

Сегментация на основании пожизненной ценности и длительность взаимоотношений с клиентом. Определение пожизненной ценности клиента (CLV). Вероятность совершения повторной покупки (PCV). Основные понятия, связанные пожизненной ценностью клиента. Формулы расчета пожизненной ценности клиента (CLV). Методы и подходы. Маркетинговые стратегии, направленные на увеличение пожизненной ценности клиента. Формирование клиентского капитала (потребительского актива)

**Тема 4. Программы лояльности в коммерции**

Основные подходы к измерению лояльности: измерение поведенческих и воспринимаемых индикаторов. Классификация программ лояльности. Программа лояльности 3.0. Этапы разработки программ лояльности. Монетарные вознаграждения. Персонализация в программах лояльности. Применение фокус-групп для выделения факторов лояльности. Исследование уровня лояльности и удовлетворенности на основе мультиатрибутивной модели. Определение компонент (факторов) лояльности и удовлетворенности.

**Тема 5. Оценка эффективности программ лояльности**

Анализ клиентской базы. Методы анализа клиентской базы. Определение уровня лояльности и удовлетворенности. Монобрендовые программы лояльности. Методика определения эффектов и эффективности программ лояльности. Методы измерения поведенческой лояльности. RFM-анализ баз данных продаж. Работа с обратной связью клиентов. Применение чат-бота для отработки обращений. Методы измерения воспринимаемой лояльности. Индексы удовлетворенности потребителей.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

Восприятие лояльности в мире - [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_50418234\\_54568459.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_50418234_54568459.pdf)

Поведение потребителей - [https://openedu.ru/course/spbu/CONSUMER/?session=self\\_paced\\_2023](https://openedu.ru/course/spbu/CONSUMER/?session=self_paced_2023)

Управление взаимоотношениями в маркетинге - <https://openedu.ru/course/hse/CRM/?session=2022>

## **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемому результату обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

## **7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

**8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Журнал "Маркетинг розничной торговли" - <https://www.grebennikoff.ru/product/5/>

Сайт Гильдии маркетологов - <https://www.marketologi.ru>

ЭОР "Поведение потребителей" - <https://edu.kpfu.ru/enrol/index.php?id=2626>

**9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.
практические занятия	Практическое занятие по дисциплине является аудиторным занятием, в процессе которого преимущественно осуществляется отработка навыков использования программного обеспечения для решения маркетинговых задач, а также контроль знаний, полученных студентом самостоятельно. В связи с этим такое занятие начинается либо с выполнения практического задания, либо с контрольной работы, которая может проводиться по лекционному материалу темы, литературным источникам, указанным по данной теме заданиям для самостоятельной работы. В связи с этим подготовка к практическому занятию заключается в том, чтобы до практического занятия изучить лекционный материал и указанные по теме литературные источники выполнить задания для самостоятельной работы.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний; формирования умений использовать специальную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, ответственности и организованности; формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации; развития исследовательских умений. Основными видами аудиторной самостоятельной работы являются: выполнение практических работ; работа с литературой и другими источниками информации, в том числе электронными; само- и взаимопроверка выполненных заданий; решение проблемных и ситуационных задач. Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия: - готовность студентов к самостоятельному труду; - наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала; - консультационная помощь. Самостоятельная работа может проходить в компьютерном зале, библиотеке, дома. Самостоятельная работа тренирует волю, воспитывает работоспособность, внимание, дисциплину и т.д.
экзамен	Подготовка к экзамену является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством промежуточного контроля. В процессе подготовки к экзамену выявляются вопросы, по которым нет уверенности в ответе либо не понятно как выполняется практическое задание. Данные вопросы можно уточнить у преподавателя на консультации, которая проводится перед экзаменом.

**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

**11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

## **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.06 "Торговое дело" и профилю подготовки "Коммерция и цифровые технологии продаж".

### Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.03.06 - Торговое дело  
Профиль подготовки: Коммерция и цифровые технологии продаж  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очное  
Язык обучения: русский  
Год начала обучения по образовательной программе: 2024

#### Основная литература:

1. Шальнова, О.А. Технологии формирования потребительской лояльности в розничной торговле [Электронный ресурс] : Монография / О. А. Шальнова, М. В. Зинцова, Н. В. Ребрикова; под ред. Шальной О. А. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2014. - 107 с. - ISBN 978-5-394-02438-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/514302> (дата обращения: 26.12.2023). - Режим доступа: по подписке.
2. Синяева, И. М. Маркетинг торговли : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2015. - 752 с. - ISBN 978-5-394-02387-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093687> (дата обращения: 26.12.2023). - Режим доступа: по подписке.
3. Депутатова, Е. Ю. Изучение покупательского поведения в розничной торговле: теория и практика : учебное пособие / Е. Ю. Депутатова, А. О. Зверева, С. Б. Ильяшенко. - Москва : Дашков и К, 2022. - 170 с. - ISBN 978-5-394-04973-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1923204> (дата обращения: 26.12.2023). - Режим доступа: по подписке.

#### Дополнительная литература:

1. Шоул, Д. Лояльный клиент: Как превратить разгневанного покупателя в счастливого за 60 секунд / Д.Шоул. - 2-е изд. - Москва : Альпина Пабли., 2016. - 114 с.: ISBN 978-5-9614-5204-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/914165> (дата обращения: 26.12.2023). - Режим доступа: по подписке.
2. Лукаш, Ю. А. Ваш клиент: кто он, как с ним общаться и чего ожидать? : учебное пособие / Ю. А. Лукаш. - Москва : Флинта, 2022. - 129 с. - ISBN 978-5-9765-5170-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1905772> (дата обращения: 26.12.2023). - Режим доступа: по подписке.
3. Методы стимулирования продаж в торговле : учебник / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов, В.К. Крышталев, Т.В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. - 304 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0526-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1234910> (дата обращения: 26.12.2023). - Режим доступа: по подписке.
4. Годин, С. Разрешительный маркетинг: Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя: Учебное пособие / С.Годин; пер с англ.. - Москва : Альпина Пабли., 2016. - 235 с. ISBN 978-5-9614-1978-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/923436> (дата обращения: 26.12.2023). - Режим доступа: по подписке.



*Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.05.01 Управление лояльностью покупателей*

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 38.03.06 - Торговое дело

Профиль подготовки: Коммерция и цифровые технологии продаж

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. 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, учебно-методические комплексы, 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 образования (ФГОС ВО) нового поколения.