

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»  
Институт экономики, управления и сервиса  
Кафедра индустрии сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института



Е. Ю. Меркулова  
«05» июля 2021 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Б1.В.17 Формирование клиентурных отношений в сервисе

Направление подготовки/специальность: 43.03.01 - Сервис

Профиль/направленность/специализация: Сервис и управление недвижимым имуществом и коммунальной инфраструктурой

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2021

**Автор программы:**

Кандидат педагогических наук, доцент Морева Светлана Николаевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 - Сервис (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 514).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры индустрии сервисы и туризма «28» июня 2021 г. Протокол № 10

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «05» июля 2021 г. № 12.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	21
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	22
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	24

## 1. Цели и задачи дисциплины

### 1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-1 Способен организовывать процесс предоставления услуги с учетом специфики рабочих процессов, конструктивных решений объектов сервиса и клиентоориентированных технологий

ПК-6 Способен организовать контактную зону для обслуживания потребителей

### 1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- организационно-управленческий
- сервисный

### 1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере организации и управления процессами постпродажного обслуживания промышленной продукции различного назначения и сервисной поддержки ее потребителей)

### 1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-1 Способен организовывать процесс предоставления услуги с учетом специфики рабочих процессов, конструктивных решений объектов сервиса и клиентоориентированных технологий	Применяет методы и принципы эффективной организации контактной зоны предприятия, современные сервисные технологии контактной зоны
	ПК-6 Способен организовать контактную зону для обслуживания потребителей	Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия с потребителями

### 1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-1 Способен организовывать процесс предоставления услуги с учетом специфики рабочих процессов, конструктивных решений объектов сервиса и клиентоориентированных технологий

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)		Заочная (семестр)	
		5	7	5	7
1	Организация обслуживания на предприятиях сервиса	+		+	
2	Сервисная практика		+		+

## ПК-6 Способен организовать контактную зону для обслуживания потребителей

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения					
		Очная (семестр)			Заочная (семестр)		
		4	5	8	4	5	8
1	Организационно-управленческая практика			+			+
2	Организация обслуживания на предприятиях сервиса		+			+	
3	Управление объектами сервиса	+			+		

### 2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Формирование клиентурных отношений в сервисе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 43.03.01 - Сервис.

Дисциплина «Формирование клиентурных отношений в сервисе» изучается в 7 семестре.

### 3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Заочная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
Контактная работа	36	12
Лекции (Лекции)	12	6
Практические (Практ. раб.)	24	6
Самостоятельная работа (СР)	36	87
Экзамен	36	9

### 3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
7 семестр								
1	Система качества обслуживания клиентов: основные составляющие и их взаимосвязь	1	1	4	-	4	12	Собеседование; Подготовка электронной презентации

2	Основные задачи стандартов обслуживания клиентов	2	1	4	1	4	12	Выполнение практических заданий; Опрос
3	Типология клиентов	2	1	4	1	6	12	Тестирование
4	Система управления персоналом в организациях	2	1	4	1	6	10	Собеседование; Опрос
5	Принципы построения системы мотивации	2	1	4	1	6	12	Выполнение практических заданий
6	Эффективность как критерий успеха организации	2	1	2	1	6	12	Собеседование; Выполнение практических заданий
7	Инструменты контроля качества обслуживания	1	-	2	1	4	17	Тестирование; Опрос

## **Тема 1. Система качества обслуживания клиентов: основные составляющие и их взаимосвязь (ПК-1)**

### **Лекция.**

Философия сервиса и ее влияние на обслуживание клиентов. Условия повышения качества обслуживания клиентов происходит при условии реализации системного подхода, включающего в себя: отбор персонала, соответствующего требованиям клиенториентированного подхода к обслуживанию; наличие четких и понятных сотрудникам правил работы с клиентами, описание основных рабочих процедур («Стандартов обслуживания клиентов»); наличие системы обучения, как вводного, так и регулярного, которая помогает сотрудникам освоить стандарты, и выработать необходимые навыки для их исполнения; наличие мотивации (как монетарной, так и нефинансовой), побуждающей сотрудников соблюдать установленные стандарты обслуживания; регулярный и систематический контроль за соблюдением стандартов и предоставление сотрудникам объективной обратной связи по итогам оценки.

Результаты мониторинга должны находить свое отражение в системе мотивации и являться основанием для доработки или корректировки стандартов. Элементы системы.

### **Практическое занятие.**

1. Специфические характеристики сервиса.
2. Шесть ключевых аспектов, определяющих качество сервиса.

### **Задания для самостоятельной работы.**

1. Изучение и систематизация справочных материалов с использованием глобальной сети «Интернет», учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации по дисциплине.
2. Сравнительный анализ инструментов характеристик сервиса в компании.
3. Углубленное изучение материалов темы.

## **Тема 2. Основные задачи стандартов обслуживания клиентов (ПК-6)**

### **Лекция.**

Унифицированные действия персонала в сфере обслуживания сетевых компаний. Понятие бренда и его узнаваемости за счет единообразия порядка предоставления услуг и качества обслуживания клиентов. Рабочие процедуры. Стандарты обслуживания. Комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания, которые призваны гарантировать установленный уровень качества для всех производимых операций. Качество обслуживания в организациях индустрии сервиса. Критерии стандартов: соизмеримость, реальность исполнения, прозрачность для сотрудников целей, достигаемых за счет исполнения стандартов, актуальность, вариативность, комплексность и экономическая целесообразность. Идеология обслуживания.

#### **Практическое занятие.**

- 1 Уровни управления сервисным поведением: стратегический и оперативный.
- 2 стратегический уровень управления сервисом.
- 3 Ценности и философия компании и бренда.
- 4 Клиентское послание бренда. Клиентская политика компании.
- 5 Оперативный уровень управления.
- 6 Положение по работе с клиентами. нормы и стандарты.
- 7 Требования к персоналу, модель компетенций сотрудника фронт-офиса.
- 8 Оценка работы персонала.
- 9 Аттестационные процедуры. Управленческий мониторинг, контроль сервисного поведения персонала.
- 10 Оценка качества обслуживания «извне», со стороны клиента.
- 11 Мотивационные и зарплатные схемы, стимулирующие сервисное поведение.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

1. План управления сервисным поведением.
2. Кейс по модели компетенций сервисных подразделений.
3. Деловая игра «Интервью по компетенциям».
4. Таинственный покупатель - Mystery shopping.
5. Углубленное изучение материалов темы.

### **Тема 3. Типология клиентов (ПК-1)**

#### **Лекция.**

Понятие и классификация типологий клиента и их особенность в обслуживании потребителя. Критерии типологии клиента: ориентируясь на их поведенческую активность и эмоциональную отзывчивость (Т. Муладжанова): 1) «Аналитик» – ему присущи пассивность поведения и отсутствие эмоциональной отзывчивости. 2) «Добряк» – ему присущи пассивность поведения и эмоциональная отзывчивость. 3) «Активист» - ему присущи активность в поведении и отсутствие отзывчивости. 4) «Энтузиаст» - ему присущи активность поведения и эмоциональная отзывчивость. клиентами. Цветная типология, геометрическая и др. Работа с различными категориями клиентов: «обычные» клиенты, ключевые клиенты, VIP-клиенты.

#### **Практическое занятие.**

- 1 Реальный и идеальный уровень качества.
- 2 Процессный подход как основа управления сервисом и его качеством
- 3 Применение международных стандартов в управлении качеством сервиса: ISO 9 000, ITIL и др.
- 4 Разработка KPI в области сервиса.
- 5 Инструменты для оценки качества сервиса.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

- 1 Оценка клиентоориентированности компании на примерах.
- 2 Выделение KPI для разных типов услуг.
- 3 Разработка перечня инструментов для оценки качества сервиса на примере разных типов услуг.
- 4 Углубленное изучение материалов темы.

## Тема 4. Система управления персоналом в организациях (ПК-1)

### Лекция.

Смена четырех концепций стратегий управления персоналом (с начала XX в.). Стратегические направления управления персоналом. Понятие работники как ресурс, который необходимо максимизировать. Неразрывная связь стратегии организации и стратегии управления персоналом.

Развитие корпоративной культуры: общие цели, коллективные Ценности, харизматические лидеры, жесткие позиции на рынке, контроль сотрудников с помощью социальных средств.

«Японизация» методов управления персоналом, широко распространившаяся после успеха крупнейших японских компаний, таких как «Sony», «Toyota», «Nissan» и др.

Использование моделей управленческого выбора в работе с персоналом с учетом четырех главных аспектов: влияние работника и способы воздействия на него; продвижение работника по службе на фирме; системы вознаграждения; организация рабочего места. Школы международного менеджмента Г.М.Озерова. Понятие «Человек – это основа корпоративной культуры». Менеджмент для всех: высшее руководство, среднее руководство («команда») и нижнее звено («сотрудники»).

### Практическое занятие.

- 1 Демонстрация «Модельного поведения» по отношению к клиентам.
- 2 Контроль выполнения стандартов. Монотонный и немонотонный контроль.
- 3 Корректировка поведения сотрудников через обратную связь.

### Задания для самостоятельной работы.

- 1 Правила «Обратной связи». Алгоритм беседы руководителя с сотрудником по «Обратной связи».
- 2 Мотивация сотрудников.
- 3 Ролевые игры по осуществлению обратной связи сотрудникам. Разбор типичных ошибок.
- 4 Углубленное изучение материалов темы.

## Тема 5. Принципы построения системы мотивации (ПК-6)

### Лекция.

Принципы построения системы мотивации, ориентированной на достижение высокого качества обслуживания: финансовая мотивация (система премий) должна обязательно учитывать как достигнутые сотрудником результаты продаж в денежном выражении, так и оценку качества обслуживания клиентов.

Оценки, распределенных в процентном отношении по степени своей значимости для данной компании. Финансовые показатели. Оценки потребителей. Фонда оплаты и его влияние на мотивацию работников. Принцип «оплаты за улыбку».

### Практическое занятие.

- 1 Что для клиента идеальный сервис?
- 2 Структура услуги с позиции клиента
- 3 Уровни услуги: эконом, бизнес, VIP.
- 4 Претензии потребителей – как с ними работать. Основные причины возникновения претензий.

### Задания для самостоятельной работы.

- 1 Что для клиента идеальный сервис?
- 2 Структура услуги с позиции клиента.
- 3 Уровни услуги: эконом, бизнес, VIP.
- 4 Претензий потребителей – как с ними работать. Основные причины возникновения претензий.

## Тема 6. Эффективность как критерий успеха организации (ПК-1)

### Лекция.

Взаимоотношения – основа развития организации. Возникающие проблемы из «мира чувств» (психологические отношения, коммуникации, ценности, мотивы) должны быть приоритетными по сравнению с проблемами из «мира фактов» (техника, технология, организация). Принцип «клиент прежде всего» более предпочтителен, чем «иерархия прежде всего».



Качество как критерий эффективности взаимосвязан с подсистемами: личное качество, качество команды, качество продукта, качество сервиса и качество организации.

Командный стиль управления. Обучение – основа развития и неотъемлемая часть жизненно важного процесса продвижения организации. Служба управления персоналом.

#### **Практическое занятие.**

- 1 Последовательность действий при внедрении норм и стандартов.
- 2 Возможные препятствия при внедрении стандартов сервиса. Методы преодоления препятствий.
- 3 Внутренний PR идеологии отличного сервиса.
- 4 Обучение сотрудников фронт-офиса.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

- 1 Разработка проектов внедрения системы
- 2 Разработка проекта внедрения системы управления сервисом. Разработка PR-акций по внедрению идеологии отличного сервиса.
- 3 Углубленное изучение материалов темы.

### **Тема 7. Инструменты контроля качества обслуживания (ПК-1)**

#### **Лекция.**

Понятие внутренний и внешний контроль. Преимущества и недостатки внутреннего и внешнего контроля. Главные условия обеспечения эффективности контроля: регулярность. Мониторинг работы со стороны менеджера; оценка работы методом «Тайный покупатель»; включение результатов контроля в систему оплаты труда, а также в результаты ежегодной аттестации персонала; предоставление сотрудникам развивающей обратной связи по итогам контроля со стороны непосредственного руководителя. Детальный разбор сильных и слабых моментов в работе сотрудника с формулировкой конкретных рекомендаций по улучшению качества работы.

#### **Практическое занятие.**

- 1 Понятие потребительской лояльности.
- 2 Виды лояльности. Измерение лояльности.
- 3 Использование лояльности для определения потенциала рынка.
- 4 Эмоциональная и рациональная составляющие лояльности. Что хочет покупатель?
- 5 Влияние факторов удовлетворенности и вовлеченности на продолжительность отношений с клиентом.
- 6 Факторы, влияющие на постоянство клиента.
- 7 Управление жизненным циклом клиента.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

- 1 Основные показатели качества удержания клиентов
- 2 Понятие пожизненной ценности клиента
- 3 Метода расчета прибыльности клиента
- 4 Анализ статистики продаж для определения приоритетных направлений развития клиентской базы.
- 5 Матрицы микросегментации: прибыль/ потенциал, выручка/ размер и т.д.
- 6 Определение приоритетов в клиентской политике.
- 7 Оптимизация расходов на службу продаж и сервиса.
- 8 Разработка методики измерения лояльности для компаний участников.

### **4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства**

#### **4.1. Распределение баллов:**

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Система качества обслуживания клиентов:	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

	основные составляющие и их взаимосвязь	Подготовка электронной презентации	5	<p>Презентация подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:</p> <p>5 балла – содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;</p> <p>- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;</p> <p>- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;</p> <p>- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.</p> <p>4 балла – презентация соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию</p> <p>3 балла - презентация соответствует теме, структура отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. В оформлении имеются недоработки.</p> <p>2 балла – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы;</p> <p>1 балла – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент не владеет информацией по теме, не отвечает на задаваемые вопросы;</p>
2.	Основные задачи стандартов обслуживания клиентов	Выполнение практических заданий	5	<p>5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов;</p> <p>4 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет;</p> <p>3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.</p> <p>2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов.</p>

		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
3.	Типология клиентов	Тестирование(контрольный срез)	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1- менее 25% правильных ответов баллов не дает
4.	Система управления персоналом в организациях	Собеседование	5	основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Опрос	3	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
5.	Принципы построения системы мотивации	Выполнение практических заданий	5	5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 4 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок

6.	Эффективность как критерий успеха организации	Собеседование	5	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Выполнение практических заданий	7	7 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 4 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов; 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов; 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.
7.	Инструменты контроля качества обслуживания	Тестирование(контрольный срез)	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1- менее 25% правильных ответов баллов не дает
		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
8.	Премиальные баллы		20	- за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 15 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 15 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 5 / 15 / 20

9.	Ответ на экзамене	30	10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно»; 18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо»; 25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично»
10.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	10	Получение дополнительных баллов не предусмотрено. На экзамене студент может набрать баллы за выполнение заданий, предусмотренных курсом
11.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

## 4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

### Выполнение практических заданий

#### Тема 2. Основные задачи стандартов обслуживания клиентов

Стандарт обслуживания потребителя на примере конкретной организации ЖКХ (по выбору студента)

#### Тема 5. Принципы построения системы мотивации

«Памятка» профессионального поведения работника предприятия сервиса с потребителями услуг (разработанная студентом).

«Памятка» культуры общения работника предприятия сервиса с потребителями услуг (разработанная студентом).

### Опрос

#### Тема 2. Основные задачи стандартов обслуживания клиентов

1. Современное развитие стандартизации на национальном, региональном и международном уровнях.
2. Цели и принципы стандартизации.
3. Национальная (государственная) система стандартизации в России.
4. Общая характеристика нормативных документов по стандартизации.
5. Органы и службы стандартизации в РФ.
6. Структура комплекса стандартов «Стандартизация в РФ».

### Подготовка электронной презентации

#### Тема 1. Система качества обслуживания клиентов: основные составляющие и их взаимосвязь

- 1 Система качества обслуживания клиентов: основные составляющие и их взаимосвязь.

- 2 Основные задачи стандартов обслуживания клиентов.
- 3 Система управления персоналом в организациях.
- 4 Эффективность как критерий успеха организации.
- 5 Принципы построения системы мотивации .
- 6 Инструменты контроля качества обслуживания.
- 7 Обучение как необходимый элемент системы качества обслуживания клиентов.
- 8 Корпоративная культура и бренд.
- 9 Формирование ценностей, принципов и правил корпоративной культуры в области работы с клиентами.

### **Собеседование**

Тема 1. Система качества обслуживания клиентов: основные составляющие и их взаимосвязь

- 1 Философия сервиса и ее влияние на обслуживание клиентов.
- 2 Условия повышения качества обслуживания клиентов.
- 3 Процесс обучения сотрудников.
- 4 Системный подход в процессе обслуживания.
- 5 Роль обратной связи в процессе обслуживания.
- 6 Наличие системы обслуживания.
- 7 Результаты мониторинга и его анализ.

Тема 4. Система управления персоналом в организациях

- 1 Смена четырех концепций стратегий управления персоналом.
- 2 Стратегические направления управления персоналом.
- 3 Роль корпоративной культуры.
- 4 «Японизация» как метод управления персоналом.
- 5 Школы международного менеджмента.

Тема 6. Эффективность как критерий успеха организации

- 1 Взаимоотношения – основа развития организации.
- 2 Принцип «клиент прежде всего» более предпочтителен, чем «иерархия прежде всего».
- 3 Качество как критерий эффективности взаимосвязан с подсистемами: личное качество, качество команды, качество продукта, качество сервиса и качество организации.
- 4 Командный стиль управления.
- 5 Обучение – основа развития и неотъемлемая часть жизненно важного процесса продвижения организации.
- 6 Служба управления персоналом.

### **Тестирование**

Тема 3. Типология клиентов

1. Многолетний опыт реализации специалистами RETAIL SERVICE COMPANY консалтинговых проектов для розничного бизнеса и анализ их результатов позволяет говорить о том, что достижение положительного эффекта в повышении качества обслуживания клиентов происходит только при условии реализации системного подхода, включающего в себя:

- (а) отбор персонала, соответствующего требованиям клиенториентированного подхода к обслуживанию
- (б) наличие четких и понятных сотрудникам правил работы с клиентами, описание основных рабочих процедур
- (в) наличие системы обучения

- (г) наличие мотивации
  - (д) регулярный и систематический контроль за соблюдением стандартов и предоставление сотрудникам объективной обратной связи по итогам оценки
  - (е) все вышеперечисленные варианты
2. Для обеспечения высокого качества обслуживания клиентов сотрудники должны знать:
- (а) что и как они должны делать
  - (б) уметь делать
  - (в) хотеть делать
  - (г) понимать, что качество их работы регулярно контролируется
  - (д) нет верного варианта
3. Структура стандарта обслуживания продавца включает:
- (а) внешние стандарты
  - (б) внутренние стандарты
  - (в) технологические стандарты
  - (г) оборот предприятия
4. Аудит качества обслуживания включает:
- (а) обучение персонала
  - (б) персонал
  - (в) мотивацию персонала
  - (г) природно-климатические условия
5. Перечислите основные задачи Стандартов обслуживания клиентов:
- (а) унифицировать действия персонала на различных участках
  - (б) сделать рабочие процедуры максимально понятными
  - (в) создать основания для прозрачной и объективной оценки работы сотрудников.
6. Укажите критерии эффективности Стандартов обслуживания клиентов:
- (а) измеримость, ясность целей, актуальность, вариативность, комплексность и экономическая целесообразность
  - (б) планирование, организация, мотивация, контроль
  - (в) платежеспособность населения
7. Понятие фирменное качество продукта – это:
- (а) это комплексная оценка параметров бренда, физического товара и услуг по его реализации, которая характеризует степень удовлетворения определенной потребности покупателей посредством данного набора благ в сравнении с аналогичными по назначению и доступными продуктами
  - (б) использование нестандартных условий и режимов рабочего времени
  - (в) совершенствование информационной службы трудоустройства
8. Понятие «бренд» предприятия:
- (а) понимается вся совокупность представлений, идей, образов, ассоциаций и т.д. о конкретном продукте и его окружении, которая сложилась у потребителей
  - (б) совокупность социально-трудовых отношений между покупателями и продавцами
  - (в) особый тип рынка
9. Трудовые ресурсы как экономическая категория представляет собой:
- (а) часть населения, обладающего физическими и интеллектуальными способностями в соответствии с условиями воспроизводства рабочей силы
  - (б) совокупность духовных и физических способностей к труду
  - (в) работники предприятий, организаций и учреждений, объединенные для совместной деятельности
10. «Сотрудники фирмы» как объект управления обретают трехмерную систему измерения:
- (а) работники
  - (б) персонал
  - (в) человеческие ресурсы



- (г) финансовый капитал
- (д) личностный потенциал

11. Важнейшими категориями, характеризующими трудовые ресурсы являются:

- (а) возраст
- (б) способность к труду
- (в) желание работать
- (г) родственные связи
- (д) оплата труда

12. В зависимости от способности к труду различают:

- (а) трудоспособное население
- (б) нетрудоспособное население
- (в) активное население
- (г) пассивное население

13. Понятие сотрудник «фронт-офис»:

- (а) общее наименование группы подразделений или процессов в организациях, отвечающих за непосредственную работу с клиентами, заказчиками
- (б) процесс обучения сотрудника
- (в) работники предприятий, организаций и учреждений, объединенные для совместной деятельности

14. Модель компетенций сотрудника «фронт-офис» включает:

- (а) иметь базовые знания психологии
- (б) иметь развитые коммуникативные навыки
- (в) ориентироваться в современной рыночной среде
- (г) владеть информацией о преимуществах и недостатках конкурентов
- (д) иметь высокую заработную плату

15. Для оценки работы персонала необходимо:

- (а) иметь критерии, в соответствии с которыми будет производиться оценка
- (б) показатели или характеристики работы, которые определяют успешность данной профессиональной деятельности
- (в) книга жалоб и предложений

## Тема 7. Инструменты контроля качества обслуживания

1. Лояльность сотрудника – это:

- а) желание соблюдать установленные правила поведения в фирме, ценности, нормы поведения
- б) верность действующим законам, постановлениям органов власти
- в) корректное, благонадежное отношение к кому-либо или чему-либо;
- г) положительное отношение и эмоциональная привязанность являющиеся определяющими факторами при принятии любых решений, касающихся объекта лояльности.

2. Что не относится к программам поощрения лояльности?

- а) накопительная система скидок
- б) бонусные системы
- в) CRM-технологии
- г) PR-технологии

3. Что относится к преимуществам программ лояльности с предоставлением моментальной скидки?

- а) гибкая система скидок
- б) не требует больших временных и административных затрат
- в) сокращение затрат на перевозку, хранение
- г) высокая скорость продажи

4. Что относится к преимуществам программ лояльности, использующие баллы?

- а) позволяет избежать скидок на продукцию

- б) простота для потребителей
  - в) немедленное вознаграждение
  - г) намного проще в управлении и оценки результатов
5. Что относится к недостаткам программ лояльности, использующим подарочные подарочные сертификаты в виде пластиковой карты?
- а) мошенничество
  - б) низкий диапазон стоимости и небольшие сроки внедрения
  - в) может отчуждать непостоянных покупателей
  - г) легко копируется конкурентами
6. Что относится к недостаткам программ лояльности, использующие CRM-технологии?
- а) иногда не отвечают требованиям заказчика;
  - б) высокая скорость продажи
  - в) чаще всего расходы превышают доходы
  - г) в зависимости от целевой аудитории, интерес к данной программе лояльности может ослабнуть
7. К какой программе лояльности относится данное определение: «клиент получает фиксированную скидку в момент приобретения товаров или услуг»?
- а) дисконтная программа;
  - б) собственная бонусная программа
  - в) партнёрская программа лояльности
  - г) краткосрочная программа «накопи и получи»
8. К какой программе лояльности относится данное определение: «клиент получает бонусные баллы за покупки товаров или услуг одной компании, а в дальнейшем обменивает накопленные баллы на вознаграждение»?
- а) дисконтная программа
  - б) собственная бонусная программа
  - в) партнёрская программа лояльности
  - г) краткосрочная программа «накопи и получи»
9. К какой программе лояльности относится данное определение: «клиент несколько месяцев накапливает бонусы и затем обменивает их на специальные призы или товары из ассортимента компании»?
- а) дисконтная программа
  - б) собственная бонусная программа
  - в) партнёрская программа лояльности
  - г) краткосрочная программа «накопи и получи»
10. Что не входит в состав краткосрочной программы «накопи и получи»?
- а) финансовая модель
  - б) продуманная логистика
  - в) планирование объёмов призов
  - г) «распыление» условий программы в желании угодить различным группам клиентов
11. Что относится к возможностям лояльности программ с участием в партнёрской программе?
- а) повышение устойчивости к ценовым предложениям конкурентов
  - б) аккумулирование дополнительных средств от партнёров
  - в) сложные переговорные процессы, замедляющие принятие решений
  - г) отсутствие механизма влияния на поведение потребителя
12. Что относится к возможностям лояльности собственной бонусной программы?
- а) анализ потребительского поведения
  - б) высокая стоимость реализации
  - в) необходимость в долгосрочном планировании
  - г) привлечение новых клиентов

13. Что не относится к возможностям краткосрочных программ «накопи и получи»?
- а) анализ потребительского поведения
  - б) эмоциональное вовлечение клиента
  - в) повышение устойчивости к ценовым предложениям конкурентов
  - г) привлечение новых клиентов
14. Что относится к недостаткам программ лояльности «собственная бонусная программа»?
- а) необходимость в долгосрочном планировании
  - б) аккумулялирование дополнительных средств от партнёров
  - в) переключение клиента на более маржинальные товары или услуги
  - г) повышение устойчивости к ценовым предложениям конкурентов
15. Что относится к недостаткам программ лояльности «собственная дисконтная программа»?
- а) отсутствие механизма влияния на потребителя; б) увеличение чека
  - в) привлечение новых клиентов
  - г) эмоциональное вовлечение клиента
16. Что не относится к методам оценки потребительской лояльности?
- а) увеличение покупок
  - б) уменьшение покупок
  - в) повторные покупки
  - г) перекрёстная продажа
17. Что не относится к факторам неудовлетворённости потребителя?
- а) качество ключевых выгод
  - б) качество процесса оказания услуг
  - в) расхождение цены и качества
  - г) восприятие ценности услуги
18. Экономические способы воздействия на стимулирование сбыта торгового проводящей сети включают?
- а) оформление мест продаж
  - б) размещение POS материалов
  - в) конкурсы и премии для продавцов
  - г) работа по информированию оптовых и розничных продавцов о товаре
19. Что не входит в методы оценки эффективности программы лояльности?
- а) маркетинговые
  - б) экономические
  - в) социально-экономические
  - г) коммуникационные
20. Что не включает оценка эффективности программы повышения лояльности?
- а) срок окупаемости
  - б) рентабельность
  - в) внутренняя норма доходности проекта
  - г) накопительная система скидок

#### 4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

##### Типовые вопросы экзамена (ПК-1, ПК-6)

- 1 Развитие персонала как комплексный и непрерывный процесс всестороннего развития личности работников организации с целью повышения эффективности их работы.

- 2 Система развития персонала организации.
- 3 Элементы системы развития персонала организации.

### Типовые задания для экзамена (ПК-1, ПК-6)

#### Задание 1.

1. Бытовая техника для охлаждения в холодные месяцы года менее востребована потребителями. Компания «Климат Проф» сталкивается с вопросом снижения продаж бытовых кондиционеров в зимний период.

#### Вопросы и задания

Предположите какой должна быть маркетинговая политика компании, чтобы привлечь покупателей для приобретения кондиционеров в «Климат Проф» зимой?

#### 4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ПК-1	Свободно ориентируется в тенденциях современных услуг и способен к формированию клиентурных отношений с потребителями услуг; способен устанавливать деловые связи с собственниками помещений в многоквартирном доме по вопросам, касающимся управления многоквартирным домом. В полном объеме владеет практическими навыками современных технологий процесса сервиса, навыками организации технологического процесса с учетом требований потребителей.
	ПК-6	Демонстрирует высокий уровень знания и понимания для организации контактной зоны. Владеет методикой обслуживания потребителей, оказания услуг и свободно применяет клиентоориентированные технологии.
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ПК-1	Хорошо ориентируется в тенденциях современных услуг и способен к формированию клиентурных отношений с потребителями услуг; способен устанавливать деловые связи с собственниками помещений в многоквартирном доме по вопросам, касающимся управления многоквартирным домом. Владеет практическими навыками современных технологий процесса сервиса, навыками организации технологического процесса с учетом требований потребителей.
	ПК-6	Демонстрирует хороший уровень знания и понимания для организации контактной зоны. Хорошо владеет методикой обслуживания потребителей, оказания услуг и использует клиентоориентированные технологии.
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ПК-1	Не в полной мере ориентируется в тенденциях современных услуг и способен к формированию клиентурных отношений с потребителями услуг; испытывает затруднения в установлении деловых связей с собственниками помещений в многоквартирном доме по вопросам, касающимся управления многоквартирным домом. Испытывает затруднения во владении практических навыков современных технологий процесса сервиса, навыков организации технологического процесса с учетом требований потребителей.

	ПК-6	Демонстрирует базовый уровень знаний процесса обслуживания потребителей, с учетом запросов потребителей и фрагментально применяет клиенториентированные технологии. Испытывает затруднения в применении полученных знаний в практической деятельности в профессиональной деятельности.
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-1	Демонстрирует отсутствие знаний и понимание к формированию клиентурных отношений с потребителями услуг. Не может применять полученные знания в практической деятельности. На вопросы ответить не может.
	ПК-6	Демонстрирует отсутствие знаний и понимание к формированию клиентурных отношений с потребителями услуг. Не может применять полученные знания в практической деятельности. На вопросы ответить не может.

## 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

### 5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

### 5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

### 5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

#### 5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1 Основная литература:

1. Руденко, Л. Л. Сервисная деятельность : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Сервисная деятельность. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 208 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/83149.html>
2. Романович Ж. А., Калачев С. Л. Сервисная деятельность : учебник. - 6-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 284 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496155>
3. Чепурова И.Ф. Поведение потребителей : учеб. пособие. - Тамбов: [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2012. - 95 с.

## 6.2 Дополнительная литература:

1. Охотина Н. М. Сервисная деятельность : учебное пособие. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2016. - 116 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459497>
2. Миротин Л.Б., Ташбаев Ы.Э., Касенов А.Г. Логистика: обслуживание потребителей : Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2002. - 189 с.
3. Метлякова, Л. А. Конфликтология : учебно-методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Конфликтология. - Пермь: Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2016. - 210 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/70630.html>
4. Клачкова, О. А. Конфликтология : практикум. - Весь срок охраны авторского права; Конфликтология. - Комсомольск-на-Амуре, Саратов: Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Ай Пи Ар Медиа, 2019. - 136 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/85814.html>
5. Труфанова Т.А. Практикум по психофизиологии профессиональной деятельности : учеб.-метод. пособ.. - Тамбов: Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2011. - 120 с.
6. Труфанова, Тамб. гос. ун-т им. Г.Р.Державина, Тамб. гос. ун-т им. Г.Р.Державина Этика деловых отношений : УМК для студ. спец. 080505 "Управление персоналом". - Тамбов: [Изд-во ТГУ], 2009. - 1 электрон.опт. диск (CD-ROM).
7. Деревянкин, Е. В. Деловое общение : учебное пособие. - 2022-08-31; Деловое общение. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 48 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/68236.html>
8. Жернакова М. Б. Деловое общение : Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2020. - 370 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/455816>
9. Митрошенков О. А. Деловое общение: эффективные переговоры : Практическое пособие. - 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 315 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/455770>
10. Химик В. В., Бояркина В. Д., Буре Н. А., Милёхина Т. А., Моисеева В. Л., Селиверстова Е. И. Культура речи и деловое общение : Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2020. - 308 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/455791>
11. Храменко В. Е. Деловое общение с зарубежными партнёрами : учебное пособие. - Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2013. - 110 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232400>

## 6.3 Иные источники:

1. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» - <http://school-collection.edu.ru/>
2. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>
3. Справочно-информационный портал Sociosite - [www.sociosite.net](http://www.sociosite.net)
4. Информационный ресурс ИД "Коммерсант" - <https://www.kommersant.ru/>
5. Портал "Гуманитарное образование" - <http://www.humanities.edu.ru/>

6. Электронная версия «Социологического журнала», издаваемого Российской академией наук Институтом социологии РАН - [www.nir.ru/socio/scipubl/socjour.htm](http://www.nir.ru/socio/scipubl/socjour.htm)

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows 10

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

7-Zip 9.20

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Электронный справочник «Информо» . – URL: <https://www.informio.ru>
2. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
4. Журнал «Социологические исследования». – URL: <http://socis.isras.ru>

### **Электронная информационно-образовательная среда**

[https://auth.tsutmb.ru/authorize?response\\_type=code&client\\_id=moodle&state=xyz](https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz)

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.