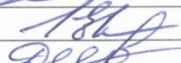


ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ

Направление подготовки/ специальность	38.04.02 Менеджмент		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Экономика и управление на предприятии		
Специализация	Экономика и управление на предприятии		
Уровень образования	высшее образование - магистратура		
Курс	1	семестр	2
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	6		

Директор ШИП		Осадченко Александр Александрович
Руководитель ООП		Никулина Ирина Евгеньевна
Преподаватель		Деева Вера Степановна

2020 г.

1. Роль дисциплины «Информационные системы в управлении предприятием» в формировании компетенций выпускника:

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Семестр	Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенции)	
				Код	Наименование
Клиентоориентированные технологии в управлении	2	ПК(У)-5	Способность применять методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК(У)-5.В1	Владеет опытом применения инструментов маркетинга для повышения эффективности деятельности предприятия
				ПК(У)-5.У1	Умеет составлять прогнозы направлений движения рынков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности глобальной среды
				ПК(У)-5.31	Знает основы составления маркетинговых программ в соответствии с целями развития предприятия
		ПК(У)-2	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ОПК(У)-2.В1	Владеет опытом применения прогрессивных форм управления и организации труда коллектива при решении управленческих задач
				ОПК(У)-2.У1	Умеет организовать работу коллектива по применению современных техник и методик решения управленческих задач
				ОПК(У)-2.31	Знает современные теории управления командой и основ конфликтологии и лидерства

2. Показатели и методы оценивания

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование раздела дисциплины	Методы оценивания (оценочные мероприятия)
Код	Наименование			
РД 1	Знать современную теорию управления командой и основ конфликтологии и лидерства, применять прогрессивные формы управления. Применять знания основных психологических особенностей потребителей для проведения исследований социально-психологических особенностей с учетом национально-региональных и демографических факторов.	ПК(У)-5.В1 ОПК(У)-2.У1	Клиентоориентированный подход в системе управления организацией. Стратегические аспекты клиентоориентированности	Посещение лекций. Наблюдение за выполнением практических работ
РД 2	Уметь правильно определять проблемы и ставить задачи по организации и руководству работой команды, учитывая разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия для повышения эффективности производства. Анализировать готовностью к работе с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса.	ОПК(У)-2.В1 ОПК(У)-2.У1 ОПК(У)-2.31	Стратегические аспекты клиентоориентированности Эффективность деятельности клиентоориентированного предприятия Автоматизация управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).	Посещение лекций. Наблюдение за выполнением практических работ Защита отчета по лабораторной работе

РД 3	Выполнять обработку и анализ данных, полученных при проведении исследований поведения потребителей, обеспечивая при этом правильное сочетание экономических и административных методов в процессе деятельности предприятия.	ОПК(У)-2.У1 ПК(У)-5.31	Стратегические аспекты клиентоориентированности Эффективность деятельности клиентоориентированного предприятия Автоматизация управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).	Наблюдение за выполнением практических работ Защита отчета по лабораторной работе
------	---	---------------------------	---	---

3. Шкала оценивания

Порядок организации оценивания результатов обучения в университете регламентируется отдельным локальным нормативным актом – «Система оценивания результатов обучения в Томском политехническом университете (Система оценивания)» (в действующей редакции). Используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов обучения. Итоговая оценка (традиционная и литерная) по видам учебной деятельности (изучение дисциплин, УИРС, НИРС, курсовое проектирование, практики) определяется суммой баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации (итоговая рейтинговая оценка - максимум 100 баллов).

Распределение основных и дополнительных баллов за оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации устанавливается календарным рейтинг-планом дисциплины.

Рекомендуемая шкала для отдельных оценочных мероприятий входного и текущего контроля

% выполнения задания	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90%÷100%	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% - 89%	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов
55% - 69%	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов
0% - 54%	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

Шкала для оценочных мероприятий экзамена

% выполнения заданий экзамена	Экзамен, балл	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90%÷100%	18 ÷ 20	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% - 89%	14 ÷ 17	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов
55% - 69%	11 ÷ 13	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов

0% - 54%	0 ÷ 10	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям
----------	--------	------------	---

4. Перечень типовых заданий

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
1.	Защита лабораторной работы	Вопросы: 1. Какие инструменты применяются для стимулирования покупателей? Есть особенности стимулирования посредников? 2. Как вы понимаете фразу «Жалоба как подарок»?
2.	Семинар	Групповая деловая игра "Турпоездка" для оценки навыка клиентоориентированности.
3.	Защита курсового проекта (работы)	Тематика проектов (работ): 1. Разработка рекомендаций по привлечению/удержанию клиентов (конкретного) клиентоориентированного предприятия. 2. Клиентоориентированный подход как основа (на примере конкретного предприятия). Вопросы к защите: 1. Какие программы лояльности использует исследуемое предприятие. Вы предлагаете дополнительно ещё какие-то программы в работе? 2. Какие методы привлечения клиентов применялись на исследуемом предприятии. Какие методы (в том числе Интернет) вы предлагаете в работе?
4.	Экзамен	Вопросы на экзамен: 1. Возможные формы организации работы клиентских служб. Их специфика. 2. Причины внедрения предприятием CRM. Критерии выбора автоматизированной CRM. 3. Референтные группы. Привести пример портрета идеального клиента.

5. Методические указания по процедуре оценивания

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания			
1.	Защита лабораторной работы	Каждый студент выполняет индивидуальное задание, связанное с предприятием, которое он выбрал для исследования. При этом аналогичное задание изучается на практических занятиях на примере предприятия, определяемого преподавателем. После выполнения лабораторной работы студент должен защитить задание, ответив на вопросы в рамках рассматриваемой темы. Преподаватель может задавать также теоретические вопросы, относящихся к данной теме. Критерии оценивания заданий:			
		Критерий	5-8 балла	2-4 балла	0-1 баллов
		1. Выполнение заданий	Задание выполнено верно, в полном объеме, прописан алгоритм выполнения	Задание выполнено верно, но не в полном объеме, или частично	Задание не выполнено

Оценочные мероприятия		Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания			
			задания, содержит анализ и выводы	верно, или отсутствуют выводы	
	2. Качество и сроки выполнения работы	Отчет оформлен по требованиям и сдан в срок	Отчет оформлен по требованиям и сдан с опозданием не более чем на 2 недели	Работа сдана с опозданием более чем на месяц	
		Преподаватель оценивает данный вид работы по 8-балльной системе. Полученные баллы за выполнение лабораторных работ отражаются в накопленных баллах студента согласно календарного рейтинг плана дисциплины. Общее число баллов, которое может получить студент за защиту – 40 балла.			
2.	Семинар	Студенты разбиваются на команды. Предполагается, что проводится выставка туристических услуг и аукцион на рекламный тур. Несколько команд - туристические агентства, одна - группа клиентов. Та команда, которая уговорит данную группу клиентов купит именно их тур станет туристической компанией года. Каждая команда общается с клиентами строго по в соответствии с озвученными преподавателем критериями. Клиенты реагируют на реплики команд оответами. И так продолжается до тех пор, пока не выполняются определённые условия данной деловой игры. Преподаватель может комментировать ход выполнения игры. Максимальный балл каждому участнику выигравшей команды – 10 баллов.			
3.	Защита курсового проекта (работы)	Каждый обучающийся выполняет собственное индивидуальное исследование, выбранного им виртуального или реального предприятия. После выполнения проекта студент должен защитить его, рассказав о своем исследовании, результатах и рекомендациях, а также ответив на вопросы в рамках данного исследования. Преподаватель может задавать также теоретические вопросы, относящихся к данному исследованию.			
4.	Экзамен	Задания со свободно конструируемым ответом. Время подготовки ответа при сдаче экзамена в устной форме не более 20 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа – не более 15 минут. При подготовке можно вести записи в листе устного ответа, который затем (по окончании экзамена) сдается экзаменатору. Экзаменатору предоставляется право задавать экзаменуемому дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины текущего семестра. Оценка результатов устного экзамена объявляется обучающимся в день его проведения. Критерии оценивания: насколько студент полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; а также излагает материал последовательно и правильно. Максимальный балл за ответ – 20 баллов. 15–20 баллов выставляется обучающемуся, если он свободно и уверенно ориентируется в учебном материале; научно-понятийном аппарате; глубоко и полностью усвоил материал; исчерпывающе, последовательно, четко и правильно с точки зрения норм литературного языка его излагает; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий; использует в ответе материал из различных литературных источников; правильно обосновывает принятое решение. 9–14 баллов выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал; грамотно и по существу излагает его, содержание и форма ответа имеют отдельные неточности, не допуская существенных неточностей; то есть студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 2–3 ошибки, которые сам же исправляет. 3–8 баллов выставляется обучающемуся, если он частично знает материал; грамотно излагает его, допускает			

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания
		ошибки, которые он исправляет после замечания преподавателя. Ответ имеет существенные неточности. Экзамен считается несданным при оценке ниже 3 баллов. Итоговая оценка в ведомость не выставляется. Итоговая оценка за семестр рассчитывается на основе полученной суммы баллов в результате текущего контроля, и баллов, набранных при заключительном контроле знаний на зачёте.

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ 2019/2020 учебный год

ОЦЕНКИ			Дисциплина <i>«Клиентоориентированные технологии в управлении»</i> по направлению <u>38.04.02 Менеджмент</u>	Лекции	8	час.
«Отлично»	A	90 - 100 баллов		Практ. занятия	32	час.
	B	80 – 89 баллов		Лаб. занятия	40	час.
«Хорошо»	C	70 – 79 баллов		Всего ауд. работа	80	час.
	D	65 – 69 баллов		CPC	136	час.
«Удовл.»	E	55 – 64 баллов		ИТОГО	216	час.
	F	0 - 54 баллов			6	з.е.
Зачтено	P	55 - 100 баллов				
Неудовлетворительно/ незачтено						

Результаты обучения по дисциплине:

РД1	Знать современную теорию управления командой и основ конфликтологии и лидерства, применять прогрессивные формы управления. Применять знания психологических особенностей потребителей для проведения исследований социально-психологических особенностей с учетом национально-региональных и демографических факторов.
РД2	Уметь правильно определять проблемы и ставить задачи по организации и руководству работой команды, учитывая разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия для повышения эффективности производства. Анализировать готовностью к работе с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса.
РД3	Выполнять обработку и анализ данных, полученных при проведении исследований поведения потребителей, обеспечивая при этом правильное сочетание экономических и административных методов в процессе деятельности предприятия.

Оценочные мероприятия:

Для дисциплин с формой контроля - экзамен			
Оценочные мероприятия			Кол-во
Текущий контроль:			Баллы
П	Посещение занятий	40	40
ТК1	Защита отчета по лабораторной работе	6	30
ТК2	Семинар	2	10
ТК3			
ТК4			
НК			
ЭК			

Для дисциплин с формой контроля – зачет (дифференцированный зачет)			
Оценочные мероприятия			Кол-во
Текущий контроль:			Баллы
П			
ТК1			
ТК2			
ТК3			
ТК5			
ТК6			
ТК7			

Промежуточная аттестация:			20
ПА1	Экзамен	1	20
ПА2			
ПА2			
ИТОГО			100

Электронный образовательный ресурс (при наличии):

Учебная деятельность / оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
ЭР1			
ЭР2			
ЭР3			
ЭР4			
ЭР5			
ЭР6			
ЭР7			
ИТОГО			

НК			
ЭК			
ИТОГО			

Дополнительные баллы

Учебная деятельность / оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
ДП1			
ДП2			
ДП3			
ДП4			
ДП5			
ИТОГО			

Неделя	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
			Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	3	4	5	6	7	8	9	10	11
24-25	РД1 РД2 РД3	Лекция 1. <i>Понятие клиентоориентированности. CRM как концепция управления.</i>	2		П	1	ОСН 1 ОСН 2		
		Практические занятия. <i>Концепции клиентоориентированности и соответствующие им модели.</i>	4		П	2	ДОП 1		
		Лабораторные занятия. <i>Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Рекомендации по правилам поведения для организаций. Конкурентные стратегии, специфика.</i>	6		П, ТК1	7		ЭР 1	
		Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		20					
26-27	РД1 РД2 РД3	Лекция 2. <i>Моделирование покупательского поведения. Клиентоориентированные стратегии. Маркетинговый план. Рынки предприятий. формирование имиджа; исследование рынка; рекламирование продукции.</i>	2		П	1	ОСН 1 ОСН 2		
		Практические занятия. <i>Факторы клиентоориентированности в зависимости от спроса и предмета.</i>	4		П	2	ДОП 1	ЭР 2	
		Лабораторные занятия. <i>Удовлетворенность потребителей: мониторинг и измерение. Руководство по управлению претензиями.</i>	6		П, ТК1	7	ОСН 1	ЭР 2	ВР 2
		Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		14					
28-29	РД1 РД2 РД3	Лекция 3. <i>Концепция «5 Р». Принципы разработки товарной политики. Проблемы при работе с данными в рамках клиентоориентированного подхода.</i>	2		П	1	ОСН 1 ОСН 2		
		Практические занятия. <i>Клиентоориентированность персонала. Формы организации работы клиентских служб. Использование жалоб. Деловая игра «Турпоездка».</i>	4		П	2	ОСН 1	ЭР 3	ВР 1
		Лабораторные занятия. <i>Организация маркетинговых исследований и их особенности при разработке комплекса мероприятий с учётом особенностей клиентов.</i>	6		П, ТК1	7	ДОП 1	ЭР 2	
		Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		16					
30-31	РД1 РД2 РД3	Лекция 4. <i>Информационные системы управления взаимоотношения с клиентом (CRM). Назначение, взаимосвязь с применением концепции.</i>	2		П	1	ОСН 1 ОСН 2		
		Практические занятия. <i>Методы стратегического анализа, инструментарий разработки мероприятий.</i>	4		П	2	ОСН 1	ЭР 3	
		Лабораторные занятия. <i>Позиционирование товара (услуги). Сегментация клиентов. Референтные группы. Портрет идеального клиента.</i>	6		П, ТК1	7	ДОП 1	ЭР 2	
		Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		16					
31		Конференц-неделя 1							
		Всего по контрольной точке (аттестации) 1	48	66		40			
32-33		Практические занятия. <i>Статистическая обработка экспериментальных данных маркетинговых исследований клиентоориентированного предприятия.</i>	4		П	2	ОСН 2		

Цели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
			Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
		Лабораторные занятия. <i>Расчёт показателей эффективности деятельности предприятия.</i>	4		П, ТК1	8		ЭР 1 ЭР 3	
		Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		18					
34-35	РД2 РД3	Практические занятия. <i>Инструменты интернет-пространства комплексного воздействия на потребителя.</i>	4		П	2	ДОП 1		ВР 1 ВР 2
		Лабораторные занятия. <i>Интернет-маркетинг: модели коммуникаций.</i>	4		П, ТК1	10	ДОП 1		ВР 1 ВР 2
		Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		14					
36-37	РД2 РД3	Практические занятия. <i>Деловая игра «Кубик Рубика».</i>	4		П, ТК2	12	ДОП 1		2
		Лабораторные занятия. <i>Разработка стандартов обслуживания. Стимулирование покупателей и посредников. Личные продажи: модели коммуникаций.</i>	4		П, ТК1	7	ДОП 1		ВР 1 ВР 2
		Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		20					
38-39	РД2 РД3	Практические занятия. <i>Инструменты проектирование клиентоориентированной бизнес-модели. Деловая игра «Турпоездка».</i>	4		П, ТК2	12	ДОП 1		ВР 1
		Лабораторные занятия. <i>Онлайн системы моделирования управлением клиентоориентированного предприятия.</i>	4		П, ТК1	7	ДОП 1		ВР 2
		Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		18					
39		Конференц-неделя 2							
		Всего по контрольной точке (аттестации) 2	32	70		60			
		Экзамен			ПА1	20 / 0			
		Общий объем работы по дисциплине	80	136		100			

Информационное обеспечение:

№ (код)	Основная учебная литература (ОСН)
ОСН 1	Управление взаимоотношениями с клиентами: пер. с англ. / Л. Берри [и др.]. 2-е изд. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2014. 192 с. http://catalog.lib.tpu.ru/catalogue/simple/document/RU%5CTPU%5Cbook%5C236213.1 экз.
ОСН 2	Бизнес-процессы: регламентация и управление: учебное пособие / В.Г. Елиферов, В.В. Репин; Институт экономики и финансов "Синергия". Москва: Инфра-М, 2014. 318 с.: ил. Серия учебников для программы MBA (Master of Business Administration). http://catalog.lib.tpu.ru/catalogue/simple/document/RU%5CTPU%5Cbook%5C292596.7 экз.6
№ (код)	Дополнительная учебная литература (ДОП)

№ (код)	Название электронного ресурса (ЭР)	Адрес ресурса
ЭР 1	Управление потребительским опытом в клиентских сообществах: лекция ВШЭ	https://hsbi.hse.ru/news/lektsiya-ekateriny-buzulukovoy-upravlenie-potrebitelskim-opytom-v-klientskikh-soobshchestvakh/
ЭР 2	Управление продажами: электронный курс	http://stud.lms.tpu.ru/course/view.php?id=1073
ЭР 3	Экспресс-курс по упаковке бизнеса: брендинг + создание сайта: мастер-класс ВШЭ	https://hsbi.hse.ru/media/video/master-klass-sergeya-prokofeva-ekspress-kurs-po-upakovke-biznesa-brening-sozdanie-sayta
№ (код)	Видеоресурсы (ВР)	Адрес ресурса

ДОП 1	Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Н. Голубкова Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова (РЭУ). 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Юрайт, 2016. 344 с. Бакалавр. Академический курс. http://catalog.lib.tpu.ru/catalogue/simple/document/RU%5CTPU%5Cbook%5C340584.3	ВР 1	Экспресс-курс по упаковке бизнеса: брендинг + создание сайта (Высшая школа экономики)	https://hsbi.hse.ru/media/video/master-klass-sergeya-prokofeva-ekspress-kurs-po-upakovke-biznesa-brening-sozdanie-sayta/
		ВР 2	Управление потребительским опытом в клиентских сообществах (Высшая школа экономики)	https://hsbi.hse.ru/news/leksiya-ekateriny-buzulukovoy-upravlenie-potrebitelskim

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН выполнения курсового проекта

по дисциплине	Клиентоориентированные технологии в управлении
ООП подготовки	магистров
направления	38.04.02 Менеджмент
на период	весенний семестр 2019/20 учебного года
Руководитель	В.С. Деева

Дата контроля*	Вид работы (аттестационное мероприятие)	Максимальный балл
Текущий контроль в семестре		40
24-26 неделя	Формулирование задания. Выбор студентами предприятия для исследования.	10
27-30 неделя	Разделы: Теоретические основы клиентоориентированности. Общая характеристика исследуемого предприятия и его конкурентных позиций	10
31 неделя Конференц-неделя 1 (КТ 1)	Контрольная точка 1	20
32-36 неделя	Изучение клиентоориентированности исследуемого предприятия.	20
37-38 неделя	Рекомендации по оптимизации клиентоориентированности исследуемого предприятия. Заключение.	20
Промежуточная аттестация		60
39 неделя Конференц-неделя 2	Защита проекта (работы)	40

$(KT\ 2)$		
-----------	--	--