

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ШИП
А.А. Осадченко
«26 июня» 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2020 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		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	8	
	Практические занятия	32	
	Лабораторные занятия	40	
	ВСЕГО	80	
Самостоятельная работа, ч		136	
В т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией		Курсовая работа	
ИТОГО, ч		216	

Вид промежуточной аттестации	Экзамен, Дифференцированный зачет	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предпринимательства
------------------------------------	--	---------------------------------	--

Руководитель ООП		Никулина Ирина Евгеньевна
Преподаватель		Деева Вера Степановна

2020 г.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5. Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов обучения (дескрипторы компетенций)	
		Код	Наименование
ПК(У)-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК(У)-5.B1	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 соответствие с целями развития предприятия
ОПК(У)-2	Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	ОПК(У)-2.B1	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. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 учебного плана образовательной программы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
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 ОПК(У)-2
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
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.	ПК(У)-5 ОПК(У)-2

Оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в календарном рейтинг-плане дисциплины.

4. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел 1. Клиентоориентированный подход в системе управления организацией.	РД-1 РД-2	Лекции	2
		Практические занятия	10
		Лабораторные занятия	8
		Самостоятельная работа	38
Раздел 2. Стратегические аспекты клиентоориентированности.	РД-2 РД-3	Лекции	2
		Практические занятия	12
		Лабораторные занятия	12
		Самостоятельная работа	48
Раздел 3. Эффективность деятельности клиентоориентированного предприятия.	РД-2 РД-3	Лекции	2
		Практические занятия	8
		Лабораторные занятия	18
		Самостоятельная работа	44
Раздел 4. Автоматизация управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).	РД-2 РД-3	Лекции	2
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	2
		Самостоятельная работа	6

Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Клиентоориентированный подход в системе управления организацией.

Основы CRM. Основные цели клиентоориентированности, её специфика, основные методологические проблемы. Концепции клиентоориентированности. Факторы клиентоориентированности в зависимости от спроса и предмета. Применяемые инструменты.

Темы лекций:

1. Понятие клиентоориентированности. CRM как концепция управления.

Темы практических занятий:

1. Концепции клиентоориентированности и соответствующие им модели.
2. Факторы клиентоориентированности от спроса и предмета.

Названия лабораторных работ:

1. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Рекомендации по правилам поведения для организаций.
2. Конкурентные стратегии, специфика.
3. Удовлетворенность потребителей: мониторинг и измерение. Руководство по управлению претензиями.

Раздел 2. Стратегические аспекты клиентоориентированности.

Понятие клиентоориентированной стратегии предприятия. Процесс и этапы формирования клиентоориентированной стратегии, её место в общей стратегии организации. Иерархия потребностей клиентов. Критерии применимости концепции. Управление взаимоотношениями с партнерами, каналы взаимодействия B2B (бизнес-бизнесу) и B2C (бизнес-клиенту).

Темы лекций:

1. Моделирование покупательского поведения. Клиентоориентированные стратегии. Маркетинговый план. Рынки предприятий. формирование имиджа; исследование рынка; рекламирование продукции.

Темы практических занятий:

1. Организация маркетинговых исследований и их особенности при разработке комплекса мероприятий.
2. Методы стратегического анализа, инструментарий при разработке мероприятий.

Названия лабораторных работ:

1. Позиционирование товара (услуги).
2. Сегментация клиентов. Референтные группы. Портрет идеального клиента.
3. Разработка стандартов обслуживания.

Раздел 3. Эффективность деятельности клиентоориентированного предприятия.

Стимулирование покупателей и посредников. Показатели, отражающие эффективность деятельности клиентоориентированного предприятия и показатели, характеризующие достижение поставленных целей при формировании его клиентоориентированной стратегии. Методы создания новинок. Лояльность клиентов.

Темы лекций:

1. Концепция «5 Р». Принципы разработки товарной политики. Проблемы при работе с данными в рамках клиентоориентированного подхода.

Темы практических занятий:

1. Клиентоориентированность персонала. Формы организации работы клиентских служб.
2. Использование жалоб и рекламаций в интересах клиентоориентированного предприятия.
3. Статистическая обработка экспериментальных данных маркетинговых исследований клиентоориентированного предприятия.
4. Инструменты интернет-пространства комплексного воздействия на потребителя.

Названия лабораторных работ:

1. Стимулирование покупателей и посредников. Личные продажи: модели коммуникаций.
2. Расчёт показателей эффективности деятельности клиентоориентированного предприятия.
3. Интернет-маркетинг: модели коммуникаций.

Раздел 4. Автоматизация управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)

Основные факторы, влияющие на развитие рынка CRM. Мотивация предприятий при внедрении CRM. Обзор основных решений. Критерии выбора решения. Имитационное моделирование процессов.

Темы лекций:

1. Информационные системы управления взаимоотношения с клиентом (CRM). Назначение, взаимосвязь с применением концепции.

Темы практических занятий:

1. Инструменты проектирования клиентоориентированной бизнес-модели.

Названия лабораторных работ:

1. Онлайн системы моделирования управления клиентоориентированного предприятия.

Тематика курсовых работ:

1. Клиентоориентированность как источник конкурентного преимущества компании
2. Специфика клиентоориентированности компаний на российском рынке.

3. Инструменты создания ценности для клиентов.
Аналитические модели предсказания поведения клиентов
4. Ориентация на клиентов как источник конкурентного преимущества
5. Разработка стратегии CRM для российских компаний
6. Построение клиентоориентированной компании.
7. Система клиентоориентированных сотрудников организации.
8. Клиентоориентированные стратегии предприятия.
9. Информационные системы взаимодействия с клиентами.
10. Современные клиентоориентированные технологии.

5. Организация самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины (модуля) предусмотрена в следующих видах и формах:

- Работа с лекционным материалом, разбор практических примеров;
- Поиск, анализ решения задач с использованием информационных систем;
- Выполнение курсовой работы;
- Подготовка к оценивающим мероприятиям.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература

1. Романов, А. А.. Маркетинг [Электронный ресурс] / Романов А. А., Басенко В. П., Жуков Б. М.. — Москва: Дашков и К, 2016. — 440 с.. — Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по группе специальностей «Экономика и управление». — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент.. — ISBN 978-5-394-01311-9. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93316> (контент)
2. Синяева, И. М.. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / Синяева И. М., Земляк В. В., Синяев В. В.. — 5-е изд. . — Москва: Дашков и К, 2017. — 266 с.. — Рекомендовано ГОУ ВПО «Государственный университет управления» в качестве учебника для студентов экономических вузов, обучающихся по направлению «Экономика». — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент.. — ISBN 978-5-394-02393-4. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93409> (контент)

Дополнительная литература

1. Горнштейн, М. Ю.. Современный маркетинг : монография [Электронный ресурс] / Горнштейн М. Ю.. — Москва: Дашков и К, 2017. — 404 с.. — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент.. — ISBN 978-5-394-02909-7. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/103736> (контент)
2. Синяева, И. М.. Маркетинг в коммерции [Электронный ресурс] / Синяева И. М., Земляк В. В., Синяев В. В.. — 4-е, изд.. — Москва: Дашков и К, 2016. — 548 с.. — Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов экономических вузов, обучающихся по направлению «Экономика» и специальности «Маркетинг». — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент.. — ISBN 978-5-394-02388-0. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93369> (контент)

6.2. Информационное и программное обеспечение

Internet-ресурсы (в т.ч. в среде LMS MOODLE и др. образовательные и библиотечные ресурсы):

1. Электронно-библиотечная система «Лань» - <https://e.lanbook.com>
2. Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM» - <https://new.znanium.com>
3. Электронно-библиотечная система «Юрайт» - <https://urait.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <https://elibrary.ru>
5. База данных Web of Science – www.webofknowledge.com
6. База данных Scopus – <https://www.scopus.com/home.url>
7. Информационно-справочная система КОДЕКС – <https://kodeks.ru>
8. Справочно-правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru>
9. Управление потребительским опытом в клиентских сообществах : лекция ВШЭ . – URL: <https://hsbi.hse.ru/news/lektsiya-ekateriny-buzulukovoy-upravlenie-potrebitelskim-opytom-v-klientskikh-soobshchestvakh/>. – Режим доступа: свободный. – Текст : электронный.
10. Экспресс-курс по упаковке бизнеса: брендинг + создание сайта : мастер-класс ВШЭ – URL: <https://hsbi.hse.ru/media/video/master-klass-sergeya-prokofeva-ekspress-kurs-po-upakovke-biznesa-brening-sozdanie-sayta/>. – Режим доступа: свободный. – Текст : электронный.

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**): Cisco Webex Meetings; Document Foundation LibreOffice; Microsoft Office 2016 Standard Russian Academic; Google Chrome; Mozilla Firefox ESR; Zoom Zoom

7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

В учебном процессе используется следующее лабораторное оборудование для практических и лабораторных занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (компьютерный класс) 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 257	Доска аудиторная настенная - 1 шт.;Комплект учебной мебели на 26 посадочных мест; Компьютер - 27 шт.; Проектор - 1 шт.
2.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (компьютерный класс) 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 363	Доска аудиторная настенная - 2 шт.;Комплект учебной мебели на 24 посадочных мест; Проектор - 1 шт.; Принтер - 3 шт.; Компьютер - 20 шт.

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 38.04.02 Менеджмент, специализация «Экономика и управление на предприятии» (приема 2020 г., очная форма обучения).

Разработчик:

Должность	ФИО
Доцент	Деева В.С.

Программа одобрена на заседании школы инженерного предпринимательства (протокол от 29.06.2020 г. №3).

Директор
Школы инженерного предпринимательства

 /А. А. Осадченко/
подпись