

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 "Уральский государственный университет путей сообщения"
 (ФГБОУ ВО УрГУПС)

Б1.В.ДВ.02.01 Технологии работы с клиентами рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Управление в социальных и экономических системах, философия и история		
Учебный план	38.03.02_МТ_2021.plx Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент		
Направленность (профиль)	Управление развитием организации		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Объем дисциплины (модуля)	4 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	144	Часов контактной работы всего, в том числе:	60,1
в том числе:		аудиторная работа	54
аудиторные занятия	54	текущие консультации по практическим занятиям	3,6
самостоятельная работа	54	консультации перед экзаменом	2
часов на контроль	36	прием экзамена	0,5
Промежуточная аттестация и формы контроля:			
экзамен	4		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Цель дисциплины - формирование знания технологии и общих закономерности системы работы с клиентами, а также способности применять технологии обслуживания клиентов с использованием современных информационно-коммуникативных технологий.
1.2	Задачи дисциплины - формирование знания принципов подготовки к работе с клиентами, приемов убеждения и влияния продавца на принятие клиентом решения о покупке; умений проводить переговоры, организовывать послепродажное обслуживание клиентов, определять перспективы развития компании, создавать клиентскую базу и работать с ней; навыков планирования деятельности компании в части продвижения продукта, навыков и приемах эффективных продаж продукта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОП

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.02
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами Введение в профессию, Делопроизводство и документооборот, в результате освоения которых студент должен Знать: принципы подготовки к работе с клиентами, технологии и общие закономерности системы работы с клиентами Уметь: применять технологии обслуживания клиентов с использованием современных информационно-коммуникативных технологий; Владеть: навыками продвижения продукта; организации документооборота в компании.	
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Менеджмент PR - менеджмент Управление человеческими ресурсами Технологии электронного бизнеса	

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ПК-1.4: Способен применять принципы, методы и механизмы управления для осуществления предпринимательской деятельности
ПК-1.4.3: Способен осуществлять планирование деятельности организации, направленное на организацию рациональных бизнес-процессов в соответствии с потребностями рынка с целью достижения наибольшей эффективности работы организации
ПК-1.4.2: Имеет навыки определения перспектив развития организации, расширения ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции (работ, услуг)
ПК-1.4.1: Знает и умеет применять современные инструменты менеджмента и информационно-коммуникационные технологии для разработки мероприятий по повышению доходности деятельности организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:
3.1.1 принципы подготовки к работе с клиентами, приемы убеждения и влияния продавца на принятие клиентом решения о покупке; технологии и общие закономерности системы работы с клиентами
3.2 Уметь:
3.2.1 применять технологии обслуживания клиентов с использованием современных информационно-коммуникативных технологий; проводить переговоры; организовывать послепродажное обслуживание клиентов; определять перспективы развития компании, создавать клиентскую базу и работать с ней
3.3 Владеть:
3.3.1 навыками планирования деятельности компании в части продвижения продукта; навыками и приемами эффективных продаж продукта

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов (академических)	Компетенции	Литература	Активные формы
	Раздел 1. Введение в дисциплину					
1.1	Основы сбытовой политики /Лек/	4	2	ПК-1.4.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	

1.2	Цель и задачи курса. Маркетинг. Основы сбытовой политики. Технологии и общие закономерности системы работы с клиентами. Покупательское поведение современного потребителя. Приемы эффективных продаж продукта. Основные формы работы с клиентами. Управление продажами. Модель эффективного менеджера по работе с клиентами. /Пр/	4	6	ПК-1.4.2	Л1.1Л2.3 Э1 Э2 Э3	Работа в группах, отработка форм работы с клиентами
1.3	Повторение лекционного материала, подготовка к практическим занятиям. Разбор практических ситуаций /Ср/	4	8	ПК-1.4.3	Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 2. Организация подготовки к работе с клиентами					
2.1	Управление контактом с клиентом /Лек/	4	2	ПК-1.4.1	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	
2.2	Выбор основных направлений работы с клиентами. Определение целевой аудитории покупателей. Выбор помещения для офиса фирмы. Оформление офиса фирмы. Фирменный стиль. Структура интернет-сайта компании. Интернет-коммуникация. Обслуживание клиентов с использованием современных информационно-коммуникативных технологий. Инструменты продвижения продукта. Наружная реклама. Виды рекламно-информационных материалов. Формирование штата фирмы. Автоматизация работы. Основные направления подготовки продавца. Принципы подготовки к работе с клиентами. Управление контактом с клиентом. Телефонная коммуникация. /Пр/	4	6	ПК-1.4.2	Л1.1Л2.3 Э1 Э2 Э3	Работа в группах, отработка навыков коммуникаций с клиентами
2.3	Повторение лекционного материала, подготовка к практическим занятиям. Разбор практических ситуаций /Ср/	4	8	ПК-1.4.3	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 3. Правила и рекомендации проведения презентации					
3.1	Взаимодействие клиента и продавца в процессе презентации. Планирование деятельности компании в части продвижения продукта /Лек/	4	2	ПК-1.4.1	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	
3.2	Цели презентации. Взаимодействие покупателя и продавца на этапе презентации. Правила и рекомендации проведения презентации. Переговоры о цене. Технология управления контактом. Исследование потребностей клиента /Пр/	4	6	ПК-1.4.2	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	Работа в группах, отработка навыков исследования потребностей клиентов
3.3	Повторение лекционного материала, подготовка к дискуссии и практическим занятиям /Ср/	4	8	ПК-1.4.3	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	

	Раздел 4. Управление возражениями клиента					
4.1	Правила работы с возражениями /Лек/	4	4	ПК-1.4.1	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	
4.2	Общие положения. Диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. Сопротивления как источники возражений. Алгоритм и методы обработки возражений /Пр/	4	6	ПК-1.4.2	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	Работа в группах, отработка навыков работы с возражениями
4.3	Повторение лекционного материала, подготовка к практическим занятиям и дискуссии. Разбор практических ситуаций /Ср/	4	8	ПК-1.4.3	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 5. Влияние продавца на поведение клиента					
5.1	Стимулирование клиента на покупку /Лек/	4	4	ПК-1.4.1	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	
5.2	Виды влияния. Стимулирование клиента на покупку. Дополнительные приемы убеждения и влияния: метафорическое влияние и рефрейминг. Приемы убеждения и влияния продавца на принятие клиентом решения о покупке. Работа с ценой. Завершение продажи. Примеры норм и правил взаимодействия с клиентами. /Пр/	4	6	ПК-1.4.2	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	Работа в группах, отработка навыков убеждения и влияния на покупателя
5.3	Повторение лекционного материала, подготовка к практическим занятиям. Разбор практических ситуаций /Ср/	4	6	ПК-1.4.3	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 6. Послепродажное обслуживание					
6.1	Формирование лояльного клиента /Лек/	4	4	ПК-1.4.1	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	
6.2	Маркетинг взаимоотношений. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. Клиентоориентированность как составляющая коммуникационной политики фирмы. Условия превращения клиента в делового партнера. Определение перспектив развития компании и создание клиентской базы. Работа с клиентской базой. Работа с жалобами и претензиями. Документационное обеспечение продаж. /Пр/	4	6	ПК-1.4.2	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	Работа в группах, отработка навыков работы с жалобами и претензиями
6.3	Повторение лекционного материала, подготовка к дискуссии и практическим занятиям /Ср/	4	8	ПК-1.4.3	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3	
6.4	Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	4	8	ПК-1.4.1 ПК-1.4.2 ПК-1.4.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
6.5	Промежуточная аттестация /Экзамен/	4	36	ПК-1.4.1 ПК-1.4.2 ПК-1.4.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	

Фонд оценочных материалов по дисциплине, состоящий из ФОМ для текущего контроля и проведения промежуточной аттестации обучающихся, разрабатывается по каждой дисциплине и хранится на кафедре. Оценочные материалы дублируются на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

Фонд оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), включая порядок проведения промежуточной аттестации, систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок, примеры типовых заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков, используемых для промежуточной аттестации по дисциплине, приведен в приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1.1. Основная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л1.1	Иванова С.	Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016	http://znanium.com
Л1.2	Земляк С. В., Гусарова О. М.	Управление продажами: Учебник	Москва: Вузовский учебник, 2019	http://znanium.com

6.1.2. Дополнительная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л2.1	Неганов С. А.	Разработка управленческого решения: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2016	http://biblioserver.usurt.ru
Л2.2	Неганов С. А.	Современный стратегический анализ: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2016	http://biblioserver.usurt.ru
Л2.3	Иган Д., Лалаян Е.	Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: Учебник	Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2012	http://znanium.com

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

Э1	Энциклопедия маркетинга. // www.marketing.spb.ru
Э2	Словарь основных маркетинговых терминов и понятий. // www.glossostav.ru
Э3	Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru)

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

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Неисключительные права на ПО Windows
6.3.1.2	Неисключительные права на ПО Office
6.3.1.3	Программное обеспечение компьютерного тестирования АСТ
6.3.1.4	Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn

6.3.2 Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

6.3.2.1	Справочно-правовая система КонсультантПлюс
6.3.2.2	База данных Федеральной службы государственной статистики
6.3.2.3	Автоматизированная система правовой информации на железнодорожном транспорте АСПИ ЖТ (профессиональная БД)
6.3.2.4	Центр раскрытия корпоративной информации Интерфакс (профессиональная база данных)

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Назначение	Оснащение
Учебная аудитория для проведения практических	Специализированная мебель Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования

занятий (занятий семинарского типа)	
Компьютерный класс - Учебная аудитория для самостоятельной работы студентов	Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, предусмотренным пунктом 6.3.1 РПД, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Центр тестирования - Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель Моноблоки с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Компьютерный класс - Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Читальный зал Информационно-библиотечного центра ИБК УрГУПС - Аудитория для самостоятельной работы	Специализированная мебель Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная мебель Демонстрационное оборудование - Комплект мультимедийного оборудования Учебно-наглядные пособия - презентационные материалы
Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель
Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Специализированная мебель
Учебная аудитория для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Специализированная мебель

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Эффективное освоение дисциплины предполагает регулярное посещение всех видов аудиторных занятий, выполнение плана самостоятельной работы в полном объеме и прохождение аттестации в соответствии с календарным учебным графиком.

Обучающемуся рекомендуется ознакомиться со списком основной и дополнительной литературы и взять в библиотеке издания (необходимо иметь при себе персонализированную электронную карту и уметь пользоваться электронным каталогом «ИРБИС»).

Доступ к информационным ресурсам библиотеки и информационно-справочным системам сети «Интернет» организован в читальных залах библиотеки, в компьютерных классах, в помещениях для самостоятельной работы обучающихся со стационарных ПЭВМ, либо с личного ПЭВМ (ноутбука, планшетного компьютера или иного мобильного устройства) посредством беспроводного доступа при активации индивидуальной учетной записи.

Пользование информационными ресурсами расширяет возможности освоения теоретического курса, выполнения самостоятельной работы и позволяет получить информацию для реализации творческих образовательных технологий.

Комплект учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой дисциплины (модуля), размещен на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

Методические материалы, разработанные для обеспечения образовательного процесса представлены в электронном каталоге УрГУПС.

Для закрепления теоретического материала в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru) размещены тестовые материалы. Число тренировочных попыток ограничено. Тестовые материалы сформированы в логической последовательности в соответствии с изученными темами. Совместная деятельность преподавателя и обучающихся по проверке выполнения мероприятий текущего контроля, предусмотренных рабочей программой дисциплины (модуля) организована в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru). Для корректной работы в системе обучающиеся в разделе "Личные сведения" должны ввести актуальный адрес своей электронной почты.

Формы самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине разнообразны. Они включают в себя:

- изучение теоретического материала (учебной, научной, методической литературы, материалов периодических изданий);
- подготовку к занятиям, предусмотренным РПД, мероприятиям текущего контроля, промежуточной аттестации и т.д.

Выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам обучающийся должен в соответствии с календарным

планом изучения дисциплины, видами и сроками отчетности.

При выполнении самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется руководствоваться учебно-методическими материалами, размещенными на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), а также учебно-методическими материалами, которые указаны для самостоятельной работы по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины (модуля)".

Перечень учебно-методических материалов (учебно-методического обеспечения) для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине указан по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины (модуля)", материалы размещены на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru).

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения освоение дисциплины (модуля) осуществляется в электронно-информационной образовательной среде (образовательная платформа электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru)) в рамках созданного курса, что позволяет реализовывать асинхронное и синхронное взаимодействие участников образовательных отношений.