

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ В ТУРИЗМЕ И ПРОЦЕДУРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.02 «Туризм»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Технология и организация экскурсионных услуг (международный туризм)»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Клиентоориентированность в туризме и процедуры обслуживания
Рабочая программа дисциплины *(модуля)*

Составитель(и):

к.э.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 8 от 31.03.2022 г. _____

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	5
4. Образовательные технологии	8
5. Оценка планируемых результатов обучения	8
5.1 Система оценивания	8
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	9
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	11
6.1 Список источников и литературы	11
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ...	11
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	12
9. Методические материалы	13
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	13
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	17
9.3 Иные материалы	18
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	19

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность к разработке туристского продукта, организации работы исполнителей по предоставлению туристских услуг, продвижению и сбыту туристского продукта и услуг до потребителя, а также организации обслуживания во время поездки, принятию управленческих решений в процессе деятельности.

Задачи дисциплины:

- освоение теоретических основ и практических навыков формирования туристского продукта;
- изучение особенностей взаимодействия туристских предприятий с партнерами по организации обслуживания и сбыту туристского продукта и туристских услуг;
- освоение методов и приемов продвижения туристского продукта и услуг до потребителя и его реализации;
- изучение методов анализа и расчета затрат туристского предприятия по производству туристского продукта;
- изучение прикладных методов исследования для организации деятельности туроператоров и турагентов;
- изучение принципов и методов организации обслуживания туристов во время путешествий.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-3 - Готов к реализации проектов в туристской индустрии	ПК-3.2 - Должен уметь предоставлять туристу необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора	Знать: прикладные методы исследований при формировании, продвижении и реализации туристского продукта и туруслуг; Уметь: использовать прикладные методы исследования при организации деятельности туроператоров и турагентов; Владеть: способностью применения в туристской деятельности прикладных методов исследования для формирования продвижения и реализации туристского продукта

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «Клиентоориентированность в туризме и процедуры обслуживания» относится к части блока учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Экономика впечатлений, История туризма и гостеприимства, Разработка концепции туристской услуги, Ознакомительная практика.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Внутрикorporативное управление, Клиентоориентированность в туризме и процедуры обслуживания, Организационно-управленческая практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	8
4	Семинары	4
Всего:		12

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Концепция клиентоориентированного сервиса в туризме: значение для бизнеса, подходы к взаимодействию с клиентом, структура сервиса, функциональное взаимодействие, методы оценки	Роль обслуживания клиентов для деятельности компании. Современные тенденции развития бизнеса, способствующие развитию клиентоориентированного подхода и конкуренции по уровню сервиса. Обслуживание клиентов как философия, как оценка эффективности деятельности компании, как процесс взаимодействия продавца и покупателя, как результат деятельности функции компании. Обслуживание клиентов (customer service) и забота о потребителях (customer care). Ненамеренно и намеренно плохое обслуживание клиентов. Обслуживание клиентов (customer service) и удовлетворенность потребителей (customer satisfaction). Эволюция трехкомпонентной структуры обслуживания потребителей. Обслуживание потребителей как процесс. Варианты представления структуры обслуживания потребителей: перечисление показателей, представление по функциональному признаку, представление по входящим видам услуг. Функции компании, вовлеченные в процесс обслуживания. Точка контакта и маркетинговая идея «момента истины» (moment of truth) при взаимодействии продавца и покупателя. Методы оценки обслуживания клиентов: существующие варианты,

		<p>принципы реализации, достоинства и недостатки, условия использования. Факторы, воздействующие на выбор метода оценки. Показатели оценки обслуживания потребителей: перечень метрик, проблемы в использовании, вариант группировки. Метрики оценки клиентоориентированности компании.</p>
2	<p>Деятельность туристской инфраструктуры в предоставлении клиентоориентированного сервиса: цели и задачи предоставления туристского сервиса, структура обслуживания</p>	<p>Цель обслуживания клиентов. Задачи обслуживания клиентов). Туристский сервис, уровень туристского сервиса, качество туристского сервиса и туристское обслуживание. Туристский сервис как комплекс услуг и как отражение эффективности туристской системы. Роль обслуживания клиентов (предоставления туристского сервиса) в цепочке создания турпродукта. Факторы внешней и внутренней среды, воздействующие на туристский сервис. Место туристского сервиса в трехкомпонентной структуре обслуживания клиентов. Туристский сервис как способ продвижения услуг. Туристский сервис на микро – и макро – уровнях. Мягкие (soft services) и тяжелы (hard services) услуги физического распределения. Функция обслуживания туристов в организационной структуре компании. Модель Кано, базовый уровень сервиса и сервис с добавленной стоимостью. Ноль и сто процентов в обслуживании клиентов.</p>
3	<p>Клиент как основной актер цепи создания стоимости: влияние взаимоотношений с клиентом на результативность деятельности компании, фактор добавленной ценности для клиента, балансировка сервиса и затрат, финансовые результаты клиентоориентированного подхода</p>	<p>Причины и глубинные цели пристального внимания к клиентам. Исследования результатов удовлетворенного и неудовлетворенного покупателя. Основные причины потерь клиентов и их недовольства. Туристское обслуживание как источник потенциального повышения прибыли, формирования лояльности потребителей и расширения клиентской базы. Концепция «ценности для клиента». Влияние туризма на повышение преимуществ от приобретения товаров и услуг и сокращения затрат. Деятельность компаний в сфере туризма и смежных отраслях, направленная на повышение уровня обслуживания клиентов. Проблема поиска баланса «сервис» - «затраты». Пути воздействия обслуживания потребителей на рентабельность компании. Туристский сервис, запасы и длительность обслуживания. Издержки оказания услуг, доход и прибыль. Оценка влияния туристского сервиса на финансовые показатели деятельности компании с использованием различных финансовых моделей. Влияние туристского обслуживания на компоненты модели стратегической прибыли. Экономико-математическая модель оценки влияния уровня</p>

4	<p>Формирование клиентоориентированного подхода в компании: от корпоративной стратегии компании к тарифной сетке стоимости оказываемых услуг</p>	<p>туристского сервиса на рентабельность компании</p> <p>Стратегические основы разрабатываемой политики обслуживания клиентов: корпоративные стратегии, цели и задачи в области обслуживания клиентов, стратегии функциональных областей компании, стратегия, цели и задачи компании в обслуживании клиентов. Политика обслуживания клиентов в туризме как способ согласования корпоративных и функциональных стратегий компаний. Стратегическая карта туристской компании как ориентир для обслуживания клиентов. Направления деятельности в туризме в обслуживании клиентов. Сегменты рынка обслуживаемые и перспективные. Определение рыночных тарифов на туристские услуги. Анализ потребностей клиентов в туристских услугах. Анализ и оценка политики обслуживания основных игроков в каждом сегменте рынка. Характеристика клиентов и анализ их потребностей в обслуживании. Поставщики материальных ресурсов: регионы, Систематизация значимых ограничений обслуживания клиентов в туризме, накладываемых внешним окружением компании. Разработка стандартов туристского сервиса в политике обслуживания клиентов в туризме. Принципы и последовательность формирования стандартов основных (базовых) туристских услуг. Принципы и предпосылки формирования стандартов туристских услуг с добавленной стоимостью (дополнительных туристских услуг). Тарификация основных и дополнительных туристских услуг в политике обслуживания клиентов: условия предоставления услуг (матрица «туристская услуга – фактор, влияющий на выполнение услуги и определение ее стоимости – туристские затраты оказания туристской услуги»), тарифная сетка, система скидок.</p>
5	<p>Ключевые показатели оценки реализации клиентоориентированного подхода в туризме</p>	<p>Концепция сформированного туристского предложения как инструмент контроля эффективности обслуживания клиентов в туризме: эволюция понятия, способы расчета, смысл интерпретации, практическое применение. Система сбалансированных показателей в политике обслуживании клиентов. Варианты показателей оценки эффективности политики обслуживания клиентов в туризме, группировка показателей и их согласование с целью рационального управления деятельностью предприятия в организации туристской отрасли. Алгоритм формирования системы измерения уровня сервиса. Количественные модели определения уровня туристского сервиса. Статистические модели</p>

	оценки уровня туристского сервиса
--	-----------------------------------

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	Агентское и операторское предпринимательство в туризме	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2	Разработка турпродукта	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3	Взаимодействие рецептивного и инициативного туроператоров по организации тура	Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4	Туристские формальности	Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Сбытовая сеть туроператора	Лекция 5 Семинар 5. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов

- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно		не зачтено
0 – 19		F	

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	хорошо/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F	неудовлет-	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
F,FX	ворительно/ не зачтено	<p>занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерные вопросы к зачёту с оценкой

1. Перечислите отличия и определите взаимосвязь терминов туристского сервиса, уровня туристского сервиса, качества туристского сервиса и туристского обслуживания.
2. Принципы, цели, функции и задачи обслуживания потребителей (предоставления туристского сервиса).
3. Место туристского сервиса в общей системе компании.
4. Задачи, решаемые на стратегическом, тактическом и операционном уровне при формировании системы управления сервисом.
5. Взаимодействие смежных с туризмом отраслей при формировании туристского сервиса.
6. Взаимодействие смежных отделов компании при управлении туристского сервиса.
7. Межфункциональная координация при управлении туристским сервисом. Роль сервисного отдела / отдела контроля качества в обслуживании потребителей.
8. Взаимодействие процедур обслуживания и маркетинга при формировании политики обслуживания потребителей.
9. Туристский сервис и его составляющие. Уровень обслуживания клиентов. Базовый уровень сервиса, уровень с добавленной стоимостью, «совершенный заказ».
10. Перечислите и отразите взаимосвязи основных элементов системы туристского сервиса.
11. Перечислите и отразите взаимосвязи основных компонентов туристского сервиса на примере функций туристской компании.
12. Перечислите и отразите взаимосвязи основных компонентов туристского сервиса на примере функции приёма заявки от потенциального туриста.
13. Перечислите и отразите взаимосвязи основных компонентов туристского сервиса на примере иной функции (помимо обработки заявки от туриста).
14. Концепция «ценности для клиента»: идеи, принципы, положения.
15. Привести структуру первичной информации, необходимой для формирования политики обслуживания клиентов в туризме.
16. Сравните альтернативные подходы к формированию туристского сервиса: базовый и доработанный, а также для инновационных услуг.
17. Алгоритм формирования туристского сервиса: особенности его применения для предприятий с различными видами деятельности.
18. Сущность управление туристским сервисом в разрезе отношений компаний, участвующих в создании турпродукта.
19. Традиционные и современные методы обслуживания потребителей: основные принципы и принципиальные различия.
20. Охарактеризуйте принципы политики обслуживания потребителей.

21. Выделите основные факторы формирования туристского сервиса.
22. Формирование системы туристского сервиса: от стандарта услуг к индивидуализации пакета услуг.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии : монография / Л.С. Латышова, И.В. Липсиц, О.К. Ойнер [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 241 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1058297. - ISBN 978-5-16-015796-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1284031>.

Дополнительные

Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии: монография / Л.С. Латышова, И.В. Липсиц, О.К. Ойнер [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 241 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1058297. - ISBN 978-5-16-015796-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1284031>

Россман, Д. Думай как Amazon. 50 и 1/2 идей для бизнеса : практическое руководство / Д. Россман. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 352 с. - (Серия «Деловой бестселлер»). - ISBN 978-5-4461-1554-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1783707>

Лемей, М. Agile для всех : практическое руководство / М. Лемей. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 240 с. - (Серия «IT для бизнеса»). - ISBN 978-5-4461-1157-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1783709>

Литература

Основная

Леврик, М. Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам / Леврик М. - СПб:Питер, 2020. - 320 с. (IT для бизнеса) ISBN 978-5-4461-1000-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856791>.

Ветитнев, А. М. Олимпийский туризм: организационно-экономические аспекты и влияние на принимающую дестинацию : монография / А.М. Ветитнев, Н.В. Бобина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 227 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1080131. - ISBN 978-5-16-016069-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864105>

Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса - 2021: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции 23 апреля 2021 г. / под ред. Е. Е. Коноваловой. - Москва : РГУТиС, 2021. - 275 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1861571>

Дополнительная

Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие / Н.А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 366 с. —Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1855682>

Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / Н.А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 366 с. Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1855682>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

<http://www.russiatourism.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму
<http://www.rostourunion.ru> - официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения,

транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма

<https://www.trn-news.ru>

<http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со

специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1. Концепция клиентоориентированного сервиса в туризме: значение для бизнеса, подходы к взаимодействию с клиентом, структура сервиса, функциональное взаимодействие, методы оценки

Вопросы для обсуждения:

Роль обслуживания клиентов для деятельности компании.

Современные тенденции развития бизнеса, способствующие развитию клиентоориентированного подхода и конкуренции по уровню сервиса.

Обслуживание клиентов как философия, как оценка эффективности деятельности компании, как процесс взаимодействия продавца и покупателя, как результат деятельности функции компании.

Обслуживание клиентов (customer service) и забота о потребителях (customer care).

Ненамеренно и намеренно плохое обслуживание клиентов.

Обслуживание клиентов (customer service) и удовлетворенность потребителей (customer satisfaction).

Эволюция трехкомпонентной структуры обслуживания потребителей. Обслуживание потребителей как процесс.

Варианты представления структуры обслуживания потребителей: перечисление показателей, представление по функциональному признаку, представление по входящим видам услуг.

Функции компании, вовлеченные в процесс обслуживания.

Точка контакта и маркетинговая идея «момента истины» (moment of truth) при взаимодействии продавца и покупателя.

Методы оценки обслуживания клиентов: существующие варианты, принципы реализации, достоинства и недостатки, условия использования. Факторы, воздействующие на выбор метода оценки.

Показатели оценки обслуживания потребителей: перечень метрик, проблемы в использовании, вариант группировки. Метрики оценки клиентоориентированности компании.

Список литературы:

Основная литература:

Леврик, М. Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам / Леврик М. - СПб:Питер, 2020. - 320 с. (IT для бизнеса) ISBN 978-5-4461-1000-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856791>.

Ветитнев, А. М. Олимпийский туризм: организационно-экономические аспекты и влияние на принимающую дестинацию : монография / А.М. Ветитнев, Н.В. Бобина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 227 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1080131. - ISBN 978-5-16-016069-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864105>

Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса - 2021: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции 23 апреля 2021 г. / под ред. Е. Е. Коноваловой. - Москва : РГУТиС, 2021. - 275 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1861571>

Тема 2. Деятельность туристской инфраструктуры в предоставлении клиентоориентированного сервиса: цели и задачи предоставления туристского сервиса, структура обслуживания

Вопросы для обсуждения:

Цель обслуживания клиентов. Задачи обслуживания клиентов.

Туристский сервис, уровень туристского сервиса, качество туристского сервиса и туристское обслуживание.

Туристский сервис как комплекс услуг и как отражение эффективности туристской системы. Факторы внешней и внутренней среды, воздействующие на туристский сервис.

Место туристского сервиса в трехкомпонентной структуре обслуживания клиентов. Туристский сервис как способ продвижения услуг.

Туристский сервис на микро – и макро – уровнях. Мягкие (soft services) и тяжелы (hard services) услуги физического распределения.

Функция обслуживания туристов в организационной структуре компании.

Модель Кано, базовый уровень сервиса и сервис с добавленной стоимостью.

Ноль и сто процентов в обслуживании клиентов.

Список литературы:

Основная литература:

Леврик, М. Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам / Леврик М. - СПб:Питер, 2020. - 320 с. (IT для бизнеса) ISBN 978-5-4461-1000-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856791>.

Ветитнев, А. М. Олимпийский туризм: организационно-экономические аспекты и влияние на принимающую дестинацию : монография / А.М. Ветитнев, Н.В. Бобина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 227 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1080131. - ISBN 978-5-16-016069-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864105>

Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса - 2021: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции 23 апреля 2021 г. / под ред. Е. Е. Коноваловой. - Москва : РГУТиС, 2021. - 275 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1861571>

Тема 3. Клиент как основной актер цепи создания стоимости: влияние взаимоотношений с клиентом на результативность деятельности компании, фактор добавленной ценности для клиента, балансировка сервиса и затрат, финансовые результаты клиентоориентированного подхода

Вопросы для обсуждения:

Причины и глубинные цели пристального внимания к клиентам.

Исследования результатов удовлетворенного и неудовлетворенного покупателя. Основные причины потерь клиентов и их недовольства.

Туристское обслуживание как источник потенциального повышения прибыли, формирования лояльности потребителей и расширения клиентской базы.

Концепция «ценности для клиента».

Влияние туризма на повышение преимуществ от приобретения товаров и услуг и сокращения затрат.

Деятельность компаний в сфере туризма и смежных отраслях, направленная на повышение уровня обслуживания клиентов.

Проблема поиска баланса «сервис» - «затраты».

Пути воздействия обслуживания потребителей на рентабельность компании.

Туристский сервис, запасы и длительность обслуживания.

Издержки оказания услуг, доход и прибыль. Оценка влияния туристского сервиса на финансовые показатели деятельности компании с использованием различных финансовых моделей.

Влияние туристского обслуживания на компоненты модели стратегической прибыли.

Экономико-математическая модель оценки влияния уровня туристского сервиса на рентабельность компании

Список литературы:

Леврик, М. Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам / Леврик М. - СПб: Питер, 2020. - 320 с. (IT для бизнеса) ISBN 978-5-4461-1000-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856791>.

Ветитнев, А. М. Олимпийский туризм: организационно-экономические аспекты и влияние на принимающую дестинацию : монография / А.М. Ветитнев, Н.В. Бобина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 227 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1080131. - ISBN 978-5-16-016069-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864105>

Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса - 2021: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции 23 апреля 2021 г. / под ред. Е. Е. Коноваловой. - Москва : РГУТиС, 2021. - 275 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1861571>

Тема 4. Формирование клиентоориентированного подхода в компании: от корпоративной стратегии компании к тарифной сетке стоимости оказываемых услуг

Вопросы для обсуждения:

Стратегические основы разрабатываемой политики обслуживания клиентов: корпоративные стратегии, цели и задачи в области обслуживания клиентов, стратегии функциональных областей компании, стратегия, цели и задачи компании в обслуживании клиентов.

Политика обслуживания клиентов в туризме как способ согласования корпоративных и функциональных стратегий компаний.

Стратегическая карта туристской компании как ориентир для обслуживания клиентов.

Направления деятельности в туризме в обслуживании клиентов. Сегменты рынка обслуживаемые и перспективные.

Определение рыночных тарифов на туристские услуги.

Анализ потребностей клиентов в туристских услугах. Анализ и оценка политики обслуживания основных игроков в каждом сегменте рынка.

Характеристика клиентов и анализ их потребностей в обслуживании.

Поставщики материальных ресурсов: регионы.

Разработка стандартов туристского сервиса в политике обслуживания клиентов в туризме.

Принципы и последовательность формирования стандартов основных (базовых) туристских услуг.

Принципы и предпосылки формирования стандартов туристских услуг с добавленной стоимостью (дополнительных туристских услуг).

Список литературы:

Леврик, М. Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам / Леврик М. - СПб: Питер, 2020. - 320 с. (IT для бизнеса) ISBN 978-5-4461-1000-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856791>.

Ветитнев, А. М. Олимпийский туризм: организационно-экономические аспекты и влияние на принимающую дестинацию : монография / А.М. Ветитнев, Н.В. Бобина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 227 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1080131. - ISBN 978-5-16-016069-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864105>

Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса - 2021: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции 23 апреля 2021 г. / под ред. Е. Е. Коноваловой. - Москва : РГУТиС, 2021. - 275 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1861571>

Тема 5. Ключевые показатели оценки реализации клиентоориентированного подхода в туризме

Вопросы для обсуждения:

Концепция сформированного туристского предложения как инструмент контроля эффективности обслуживания клиентов в туризме: эволюция понятия, способы расчета, смысл интерпретации, практическое применение.

Система сбалансированных показателей в политике обслуживании клиентов.

Варианты показателей оценки эффективности политики обслуживания клиентов в туризме, группировка показателей и их согласование с целью рационального управления деятельностью предприятия в организации туристской отрасли.

Алгоритм формирования системы измерения уровня сервиса.

Количественные модели определения уровня туристского сервиса.

Статистические модели оценки уровня туристского сервиса

Список литературы:

Леврик, М. Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам / Леврик М. - СПб: Питер, 2020. - 320 с. (IT для бизнеса) ISBN 978-5-4461-1000-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856791>.

Ветитнев, А. М. Олимпийский туризм: организационно-экономические аспекты и влияние на принимающую дестинацию : монография / А.М. Ветитнев, Н.В. Бобина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 227 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1080131. - ISBN 978-5-16-016069-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864105>

Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса - 2021: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции 23 апреля 2021

г. / под ред. Е. Е. Коноваловой. - Москва : РГУТиС, 2021. - 275 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1861571>

Материально-техническое обеспечение занятия:

Компьютер с выходом в интернет.

Устройство вывода изображения.

Звуковые колонки.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к презентации

Распределение тем презентации между студентами осуществляется заблаговременно.

Приступая к подготовке электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения.

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- основная часть (не менее 20 слайдов);
- заключение (вывод).

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

– дизайн должен быть простым и лаконичным;

– презентация представляет собой графический конспект того материала, который излагается в устном докладе;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- размер шрифта 22-26 (заголовок), 18-22 кегль (обычный текст);

– текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз, полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании; при необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения;

- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в едином стиле;
- слайды должны быть пронумерованы;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись (например, последовательное появление элементов диаграммы);
- при включении видеоряда в презентацию, продолжительность роликов не должна превышать 10-15 секунд;

списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов, в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

Перечень тем исследования для контрольных работ:

1. Клиентоориентированный менеджмент как инструмент повышения конкурентоспособности организации.

2. Основные принципы клиентоориентированного менеджмента.

3. Что такое клиентоориентированность?

4. Перечислите и охарактеризуйте предпосылки возникновения клиентоориентированного подхода.

5. Типы сложных клиентов и их специфика.

6. Агрессивный, жалобщик, говорун и другие типы сложных клиентов. Как общаться с каждым из них.

7. Необходимые установки в общении с трудными клиентами.

8. Пассивный, агрессивный и уверенный стили общения.

9. Правила, которые необходимо соблюдать для сохранения конструктивного стиля общения в сложных ситуациях.

10. Техники корректного отказа, сообщения негативной информации, мягкого удержания инициативы в беседе и другие психологические приёмы, необходимые для общения с трудными клиентами.

11. Расскажите про историю возникновения и развития подхода CRM в России.

12. Назовите и дайте характеристику основным типам CRM.

13. Что представляет собой процесс разработки стратегии CRM, из каких частей состоит?

14. Что такое бизнес-видение? Из каких элементов состоит?

15. Назовите отраслевые и конкурентные характеристики в рамках процесса разработки клиентоориентированного подхода.

16. Охарактеризуйте ценность, получаемую клиентом от компании, в чем она заключается?

17. Что выгоднее: привлекать новых или удерживать старых клиентов и почему?

18. В чем состоит суть и значение процесса многоканальной интеграции?

19. Дайте определение хранилищу данных, перечислите виды хранилищ данных клиентов

9.3 Иные материалы

Задание для самостоятельной работы

1. Процесс управления информацией.
2. Развитие клиентоориентированности один из важнейших факторов успеха компании.
3. Лестница лояльности клиентов.
4. Стратегическая матрица CRM.
5. Экономии привлечения клиентов.
6. Роль клиентов-адвокатов.
7. Роль клиентов-террористов.
8. Экономии удержания клиентов.
9. Стратегии в отношении каналов взаимодействия клиента с компанией.
10. Клиентоориентированная модель обслуживания.
11. Процесс создания ценности.
12. Классификацию клиентов по их прибыльности.
13. Роль многоканальной стратегии.
14. Роль информации в процессе управления информацией согласно концепции CRM.
15. Роль информационных технологий в процессе управления информацией согласно концепции CRM.
16. Роль аналитических средств в процессе управления отношениями с клиентами.
17. Витрина данных. Хранилище данных. Стандартные программы добычи данных. Специализированные пакеты аналитических программ.
18. Процесс оценки эффективности управления в клиентоориентированном подходе.
19. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины – является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность к разработке туристского продукта, организации работы исполнителей по предоставлению туристских услуг, продвижению и сбыту туристского продукта и услуг до потребителя, а также организации обслуживания во время поездки, принятию управленческих решений в процессе деятельности.

Задачи дисциплины:

- освоение теоретических основ и практических навыков формирования туристского продукта;
- изучение особенностей взаимодействия туристских предприятий с партнерами по организации обслуживания и сбыту туристского продукта и туристских услуг;
- освоение методов и приемов продвижения туристского продукта и услуг до потребителя и его реализации;
- изучение методов анализа и расчета затрат туристского предприятия по производству туристского продукта;
- изучение прикладных методов исследования для организации деятельности туроператоров и турагентов;
- изучение принципов и методов организации обслуживания туристов во время путешествий.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-3.2 - Должен уметь предоставлять туристу необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: прикладные методы исследований при формировании, продвижении и реализации туристского продукта и туруслуг;

Уметь: использовать прикладные методы исследования при организации деятельности туроператоров и турагентов;

Владеть: способностью применения в туристской деятельности прикладных методов исследования для формирования продвижения и реализации туристского продукта

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.