

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 18.10.2023 11:12:23  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт    Магистратура  
Кафедра    Коммерции и сервиса

---

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Трансформация моделей потребительского поведения и управление клиентоориентированностью

---

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	43.04.01    Сервис
Направленность (профиль)	Трансформация бизнеса сферы услуг в информационном обществе
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма(-ы) обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Трансформация моделей потребительского поведения и управление клиентоориентированностью» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 4 от 24.01.2023г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

доцент

Н.С. Иващенко

и.о. заведующего кафедрой:

В.Ю. Мишаков

## 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Трансформация моделей потребительского поведения и управление клиентоориентированностью» изучается во втором семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект - не предусмотрено.

### 1.1. Форма промежуточной аттестации:

Зачет с оценкой

### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Трансформация моделей потребительского поведения и управление клиентоориентированностью» относится к обязательной части программы.

Изучение дисциплины опирается на результаты освоения образовательной программы предыдущего уровня.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам в бакалавриате и магистратуре:

- Концепция устойчивого развития и корпоративная ответственность бизнеса в сфере услуг,
- Управление цифровизацией и реализация проектов в сервисе,
- Маркетинг услуг в цифровой экономике,
- Научно-технический семинар (Зачет с оценкой по модулю "Модуль 1")

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Корпоративная культура и корпоративные коммуникации в информационном обществе,
- Учебная практика. Ознакомительная практика,
- Научно-технический семинар (Зачет с оценкой по модулю "Модуль 2"),
- Партнерство в цифровой экономике,
- Креативные технологии и управление изменениями на предприятиях сервиса,
- Стратегическое моделирование развития предприятий сервиса,
- Производственная практика. Организационно-управленческая практика.

## 2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- приобретение студентом теоретических знаний и практических навыков в области управления клиентоориентированностью, анализа и диагностирования моделей потребительского поведения;
- приобретение практических навыков работы в сфере формирования ассортиментных стратегий предприятий сервиса с учетом потребительских предпочтений;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.



			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
2 семестр	Зачет с оценкой	180		48	-	6	-	126	
	Всего:	180		48		6	-	126	

## 3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
<b>Второй семестр</b>							
ОПК-3 ИД-ОПК-3.1 ОПК-4 ИД-ОПК-3.1 ПК-1 ИД-ПК-1.3	Практическое занятие 1 Особенности покупательского поведения в информационном обществе. Сравнительная характеристика основных теорий потребительского поведения	-	6			12	Формы текущего контроля: 1. круглый стол (дискуссия), 2. индивидуальные задания,
	Практическое занятие 2 Основы клиентоориентированного сервиса. Виды и методы клиентоориентированности. Виды клиентов. Маркетинговые исследования в области управления клиентоориентированностью	-	6			12	
	Практическое занятие 3 Оценка лояльности и удовлетворенности клиентов. Потребительская лояльность и лояльность сотрудников. Методы оценки лояльности клиентов	-	6		2	12	
	Практическое занятие 4 Формирование клиентоориентированного портфеля услуг и понятие его сбалансированности	-	6			12	
	Практическое занятие 5 Анализ ассортимента и прогнозирование объема услуг. Конкурентоспособность услуги и методы ее оценки	-	6		2	12	
	Практическое занятие 6 Актуальные аспекты обслуживания потребителей (поведенческая клиентоориентированность)	-	6			12	
	Практическое занятие 7 Оценка уровня качества обслуживания	-	6		2	12	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
	Практическое занятие 8 Стратегические аспекты управления клиентоориентированностью: проактивное и реактивное управление	-	6			12	
	Практическое занятие 9 Интеллектуальные информационно-аналитические системы изучения потребительских предпочтений и покупательского поведения (CRM как инструмент управления клиентоориентированностью)	-	4			12	
	Тестирование Подготовка к зачету	-	2			18	зачет с оценкой
	<b>ИТОГО</b>		<b>48</b>		<b>6</b>	<b>126</b>	

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Тема 1	Особенности покупательского поведения в информационном обществе	Особенности современного этапа развития экономики и общества. Требования, предъявляемые сегодня к бизнесу. Поведение покупателей в информационной среде. Сравнительная характеристика основных теорий потребительского поведения. Методы оценки потребительской ценности. Сущности транзакционного маркетинга и маркетинга взаимоотношений. Вопросы применения маркетинга взаимоотношений в современной экономике
Тема 2	Основы клиентоориентированного сервиса	Клиенты как ключевой бизнес-актив компании. Принципы клиентоориентированного подхода. История персонализированных отношений между продавцом и покупателем. Эпоха массового спроса. Возникновение клиентоориентированных отношений в бизнесе. Этапы внедрения клиентоориентированного подхода. Характеристика современной клиентоориентированной организации. Маркетинговые исследования в области управления клиентоориентированностью.
Тема 3	Оценка лояльности и удовлетворенности клиентов	Клиентоориентированный подход как основной аспект организации сервисного обслуживания. Развитие клиентоориентированности как фактор устойчивого развития и конкурентоспособности организации. Виды клиентов. Виды и методы управления клиентоориентированностью. Потребительская лояльность и лояльность сотрудников. Основы программы лояльности. Методы оценки лояльности клиентов. Методики Ж.Хофмейра и Б.Райса, социологов Р. Мертона и Р. Кендалла, Ж.Ж. Ламбена, модель SERVLOYAL, расчет показателей удовлетворенности и лояльности клиентов Secure Customer Index (CSI) А. Брандта, NPS – метод Ф. Райхельда, Модель RAPID и др. Методология разработки метрик удовлетворенности клиентов McKensey. Определение индекса суммарной полезности сотрудника (ITVE - Index Total Value of Employee); Расчет коэффициента клиентоориентированности как результата многофакторной оценки.
Тема 4	Формирование клиентоориентированного портфеля услуг и понятие его сбалансированности	Понятие сбалансированности портфеля услуг. Сбалансированность портфеля услуг в рамках СБЕ и организации в целом. Сбалансированность ассортимента в аспекте жизненного цикла услуги. Модель Хофера-Шенделя. Матрицы: БКГ, МКК и др. Этапы формирования сбалансированной структуры портфеля услуг
Тема 5	Анализ ассортимента и прогнозирование объема услуг.	Сущность понятия «диагностирование» и варианты диагноза портфеля услуг в аспекте его клиентоориентированности и конкурентоспособности. Классификация методов диагностирования. Многокритериальный ABC-анализ. Построение совмещенной ABC-XYZ матрицы. Бостонская матрица: принципы и пример построения. Матриц МКК: принципы и пример построения. Способы представления

		маркетинговой информации при изучении покупательских предпочтений. Шкала Лейкерта и Осгуда. Семантический дифференциал. Карты позиционирования и карты конкурентных позиций. Карта «важность-исполнение». Оценка конкурентоспособности услуги. Построение многоугольника конкурентоспособности услуги. Построение прогноза объема продаж
Тема 6	Актуальные аспекты обслуживания потребителей (поведенческая клиентоориентированность)	Понятие поведенческой клиентоориентированности. Различные подходы к оценке поведенческой клиентоориентированности. Понятие услуги и качества обслуживания. Факторы, влияющие на качество обслуживания. Клиентоориентированный подход к системе управления качеством услуг. Модель клиентоориентированной системы управления качеством услуг. Клиентоориентированный подход к управлению сервис-процессами в цифровой экономике. Технологии работы с рекламациями
Тема 7	Оценка уровня качества обслуживания	Методология оценки качества услуг. Характеристика различных методов оценки качества обслуживания. Составление опросников и построение шкал оценок. Основные методы оценки и контроля качества показателей услуг торговли, рекомендуемые в ГОСТ Р 55812-2013. Методы оценки качества услуг в зависимости от объекта оценки и назначения. Три группы методов оценки: оценивающие составляющие качества услуги, оценивающие опыт потребителя, оценивающие удовлетворенность потребителя. Методология оценки качества услуг Э.В. Новаторова, методы SERVQUAL, SERVPERF, QUALITOMETRO, нормированное качество.
Тема 8	Стратегические аспекты управления клиентоориентированностью: проактивное и реактивное управление	Клиентоориентированность как стратегия развития бизнеса. Проактивное и реактивное управление клиентоориентированностью. Базовые шкалы оценки клиентоориентированности организации такие, как MARKOR и MKTOR 9-факторная шкала Дешпанде, Фарли и Вебстера, шкала MORTN, шкала CUSTOR.
Тема 9	Интеллектуальные информационно-аналитические системы изучения потребительских предпочтений и покупательского поведения	Современные информационные технологии взаимодействия с клиентами. Управление формированием маркетинговых информационных систем. Интернет-ресурсы, используемые для проведения маркетинговых исследований. CRM как инструмент управления клиентоориентированностью. Структура информационных процессов в рамках CRM. Создание и аудит клиентской базы компании. Технологии управления клиентской базой. Управление взаимоотношениями с клиентами - CRM. Возникновение CRM. Информационные технологии в CRM. Понятие и типы CRM систем. CRM – стратегия. Процессы CRM. Структура информационных процессов в рамках CRM. Идеология и технология CRM. Интеграция CRM и BPM систем. Активное использование модели SaaS («ПО как услуга») в CRM. Развитие социальных CRM (Social CRM) Оценка эффективности маркетинговых информационных систем

### 3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям, практическим занятиям, экзамену;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение индивидуальных заданий,
- написание тематических выступлений на проблемные темы;
- подготовка к тестированию;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;
- создание презентаций по изучаемым темам и др.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- круглый стол (дискуссия),
- проведение консультаций перед экзаменом;
- консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин в целях устранения пробелов после поступления в магистратуру абитуриентов, окончивших бакалавриат/специалитет иных УГСН.

Перечень разделов/тем/, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование раздела /темы дисциплины, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
Тема 2	Основы клиентоориентированного сервиса	Самостоятельно проработать вопрос, подготовить сообщение на тему «Тенденции развития маркетинговых исследований в области клиентоориентированности»	Устный опрос	2

### 3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяется следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ.

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

Для очной формы обучения

<b>использование ЭО и ДОТ</b>	<b>использование ЭО и ДОТ</b>	<b>объем, час</b>	<b>включение в учебный процесс</b>
смешанное обучение	практические занятия	54	в соответствии с расписанием учебных занятий

#### 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

##### 4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
				ОПК-3 ИД-ОПК-3.1 ОПК-4 ИД-ОПК-3.1	ПК-1 ИД-ПК-1.3
высокий		Зачет с оценкой «отлично»		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет связывать теорию с практикой, правильно обосновывает развитие клиентоориентированности как фактор устойчивого развития и конкурентоспособности организации;</li> <li>– показывает способности в понимании и практическом использовании современных техник и методик сбора данных;</li> <li>– грамотно и исчерпывающе анализирует клиентоориентированный подход к системе управления качеством услуг и модель клиентоориентированной системы управления качеством услуг,</li> <li>– определяет и грамотно интерпретирует основные виды клиентоориентированности;</li> <li>– грамотно обосновывает направления и проводит маркетинговые исследования в области управления клиентоориентированностью, оценки конкурентоспособности услуги;</li> </ul>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аргументированно обосновывает особенности поведения покупателей в информационной среде;</li> <li>- аргументированно определяет современные информационные технологии взаимодействия с клиентами.</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>– способен анализировать уровень лояльности клиентов и уровень качества обслуживания, диагностирует портфель услуг сервисной организации;</li> <li>– свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе;</li> <li>– дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные.</li> </ul>	
повышенный		Зачет с оценкой «хорошо»		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– достаточно подробно, грамотно и по существу излагает изученный материал, приводит и раскрывает в тезисной форме основные понятия клиентоориентированности, ее видов и методов оценки;</li> <li>– анализирует использование в организации современных технологий в области сбора и анализа данных применительно к исследованию и управлению клиентоориентированностью;</li> <li>– анализирует клиентоориентированный подход к системе управления качеством услуг и модель клиентоориентированной системы управления качеством услуг;</li> <li>– способен провести анализ уровня лояльности клиентов и уровня качества обслуживания, диагностику портфеля услуг сервисной организации;</li> <li>– допускает единичные негрубые ошибки;</li> <li>– достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе; ответ отражает знание теоретического и практического материала, не допуская существенных неточностей.</li> </ul>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- достаточно полно обосновывает особенности поведения покупателей в информационной среде;</li> <li>- ориентируется современные информационные технологии взаимодействия с клиентами</li> </ul>
базовый		Зачет с оценкой	–	Обучающийся:	Обучающийся:

		«удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП;</li> <li>– с неточностями излагает теоретико-методологические аспекты управления клиентоориентированностью;</li> <li>– с затруднениями описывает достоинства и недостатки различных подходов к оценке разных видов клиентоориентированности</li> <li>– демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине;</li> <li>– ответ отражает знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- с неточностями анализирует особенности поведения покупателей в информационной среде;</li> <li>- фрагментарно различает и - затрудняется с обоснованием применения современных информационных технологии взаимодействия с клиентами;</li> <li>- ответы отражают знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения.</li> </ul>
низкий		Зачет с оценкой «неудовлетворительно»	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;</li> <li>– испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами;</li> <li>– ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.</li> </ul>	

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Портфельный менеджмент» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине (модулю), указанных в разделе 2 настоящей программы.

## 5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемые компетенции
1.	Круглый стол (дискуссия) по теме 2 «Основы клиентоориентированного сервиса»	<p>Развитие клиентоориентированности как один из важнейших факторов устойчивого развития и конкурентоспособности сервисной деятельности.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Клиентоориентированность как философия бизнеса</li> <li>2. Клиентоориентированная модель обслуживания</li> <li>3. Клиентоориентированный подход и мифы о нем</li> </ol>	<b>ОПК-4</b> <b>ИД-ПК-4.1</b>
2.	Круглый стол (дискуссия) по теме 6 «Актуальные аспекты обслуживания потребителей (поведенческая клиентоориентированность)»	<p>Управление взаимоотношениями с клиентами</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Развитие аттракт-функции</li> <li>2. Важность профессиональной работы с жалобами.</li> <li>3. Классификация жалоб: возражение, рекламация, и особенности работы с каждым типом</li> </ol>	<b>ОПК-3</b> <b>ИД-ОПК-3.1</b>
3.	Круглый стол (дискуссия) по теме 9 «Интеллектуальные информационно-аналитические системы изучения потребительских предпочтений и покупательского поведения»	<p>Система информационных процессов в управлении клиентоориентированностью</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мировой рынок клиентоориентированных систем. Проблемы при работе с данными в рамках клиентоориентированного подхода</li> <li>2. Интеллектуальные информационно-аналитические системы: плюсы и минусы</li> <li>3. Перспективы развития интеллектуальных информационно-аналитических системы</li> </ol>	<b>ОПК-4</b> <b>ИД-ПК-4.1</b>
4.	Индивидуальное задание к теме 3 «Оценка лояльности и удовлетворенности клиентов»	Задание 1: рассмотрите существующие модели лояльности. Составьте сводную таблицу, укажите преимущества и недостатки	<b>ОПК-4</b> <b>ИД-ПК-4.1</b>
		Задание 2: определите уровень лояльности и удовлетворенности потребителей услуг конкретной сервисной организации В качестве базы проведения исследования может быть использована организация, где студент проходит практику, или работает в данное время.	<b>ОПК-4</b> <b>ИД-ПК-4.1</b>
		Задание 3: определите уровень лояльности внутренних клиентов конкретной организации, используя выбранный метод оценки. Выбор метода осуществить самостоятельно, обосновав его В качестве базы проведения исследования может быть использована организация, где студент проходит практику, или работает в данное время.	<b>ОПК-4</b> <b>ИД-ПК-4.1</b>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемые компетенции
5.	Индивидуальное задание к теме 4 «Формирование клиентоориентированного портфеля услуг и понятие его сбалансированности»	<p>Задания: 1. По одной из предоставляемых услуг организации составьте формулу 7P</p> <p>2. По данным выбранного Вами предприятия проанализируйте ширину, глубину, насыщенность портфеля услуг, уровень его устойчивости и обновления.</p> <p>В качестве базы проведения исследования может быть использована организация, где студент проходит практику, или работает в данное время.</p> <p>Задание 2: проанализируйте портфель услуг организации, используя методы ABC и XYZ. Постройте совмещенную матрицу ABC- XYZ и интерпретируйте полученные результаты</p> <p>В качестве базы проведения исследования может быть использована организация, где студент проходит практику, или работает в данное время.</p> <p>Задание 3: по данным конкретного предприятия проанализируйте портфель услуг организации с помощью матрицы БКГ.</p> <p>В качестве базы проведения исследования может быть использована организация, где студент проходит практику, или работает в данное время.</p>	<p><b>ПК-1</b> <b>ИД-ПК-1.3</b></p> <p><b>ПК-1</b> <b>ИД-ПК-1.3</b></p> <p><b>ПК-1</b> <b>ИД-ПК-1.3</b></p>
6.	Индивидуальное задание к теме 5 «Анализ ассортимента и прогнозирование объема услуг»	<p>Задание 1: рассчитайте прогноз объема продаж на следующий период, используя данные динамического ряда. В качестве исходных данных используйте динамику объема продаж конкретной организации. Для построения прогноза используйте программу Excel.</p> <p>В качестве базы проведения исследования может быть использована организация, где студент проходит практику, или работает в данное время.</p> <p>Задание 2: оцените конкурентоспособность услуги из категории «трудных детей», самостоятельно выбрав факторы конкурентоспособности услуги и метод оценки.</p> <p>В качестве базы проведения исследования может быть использована организация, где студент проходит практику, или работает в данное время.</p>	<p><b>ПК-1</b> <b>ИД-ПК-1.3</b></p> <p><b>ПК-1</b> <b>ИД-ПК-1.3</b></p>
7.	Круглый стол (дискуссия) по теме 2 «Основы клиентоориентированного сервиса»	<p>Развитие клиентоориентированности как один из важнейших факторов устойчивого развития и конкурентоспособности сервисной деятельности.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Клиентоориентированность как философия бизнеса</li> <li>2. Клиентоориентированная модель обслуживания</li> </ol>	<p><b>ОПК-4</b> <b>ИД-ПК-4.1</b></p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемые компетенции
		3. Клиентоориентированный подход и мифы о нем	
8.	Круглый стол (дискуссия) по теме 6 «Актуальные аспекты обслуживания потребителей (поведенческая клиентоориентированность)»	Управление взаимоотношениями с клиентами 1. Развитие аттракт-функции 2. Важность профессиональной работы с жалобами. 3. Классификация жалоб: возражение, рекламация, и особенности работы с каждым типом	<b>ОПК-3</b> <b>ИД-ОПК-3.1</b>
9.	Круглый стол (дискуссия) по теме 9 «Интеллектуальные информационно-аналитические системы изучения потребительских предпочтений и покупательского поведения»	Система информационных процессов в управлении клиентоориентированностью 1. Мировой рынок клиентоориентированных систем. Проблемы при работе с данными в рамках клиентоориентированного подхода 2. Интеллектуальные информационно-аналитические системы: плюсы и минусы 3. Перспективы развития интеллектуальных информационно-аналитических системы	<b>ОПК-4</b> <b>ИД-ПК-4.1</b>

### 5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Индивидуальные задания	даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, показана совокупность осознанных знаний о предмете исследования; правильно решены практические задачи; ответы четкие и краткие, логически правильно построенные, продемонстрирована самостоятельность в анализе фактов, событий и явлений		5
	даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, показаны достаточные знания о предмете исследования; доказательно раскрыты основные положения дисциплины, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, ответы в основном были краткими,		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	но не всегда четкими.		
	даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, однако, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.		3
	обучающийся не выполнял задание или не дал ответы по базовым вопросам дисциплины		2
Круглый стол (дискуссия)	Ведение дискуссии в рамках объявленной темы; видение сути проблемы. Точная, четкая формулировка аргументов и контраргументов, умение отделить факты от субъективных мнений, использование примеров, подтверждающих позицию участника дискуссии. Соответствие аргументов выдвинутому тезису. Толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личных нападок, отказ от стереотипов, разжигающих рознь и неприязнь. Отсутствие речевых и грамматических ошибок, отсутствие сленга, разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи.		5
	Отклонение от темы по причине иной трактовки или отсутствия видения сути проблемы. Допущены логические ошибки в предъявлении некоторых аргументов или контраргументов или преобладают субъективные доводы над логической аргументацией, или не использованы примеры, подтверждающие позицию стороны. Толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личных нападок, но перебивание оппонентов, неумение выслушать мнение оппонента до конца. Допущены разговорные или просторечные обороты при отсутствии речевых и грамматических ошибок или допущены речевые и грамматические ошибки при отсутствии разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи.		4
	Намеренная подмена темы дискуссии по причине неспособности вести дискуссию в рамках предложенной проблемы, перескакивание с темы на тему. Ошибки в предъявлении аргументов и контраргументов связанные с нарушением законов		3

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	логики, неумение отделить факты от субъективных мнений. Несоответствие большинства аргументов выдвинутому тезису, несоответствие большинства контраргументов высказанным аргументам. Проявление личностной предвзятости к некоторым оппонентам, неумение выслушать мнение оппонента до конца. Допущены разговорные или просторечные обороты, речевые и грамматические ошибки или отсутствует эмоциональность и выразительность речи		
	Обучающийся не демонстрирует знание и понимание современных тенденций развития российского менеджмента. Не проявляет аргументированность, взвешенность и конструктивность суждений и предложений. Не демонстрирует умение отстаивать свое мнение. Не всегда в полной мере проявляет активность в обсуждении или не участвует в обсуждении.		2

### 5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:	Формируемые компетенции
Зачет с оценкой Компьютерное тестирование	<p><b>Примеры заданий</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Услуга с позиций маркетинга – это             <ol style="list-style-type: none"> <li>а) продукт, произведенный для продажи</li> <li>б) набор физических свойств</li> <li>в) любое рыночное предложение, удовлетворяющее потребность и имеющее материальную форму</li> <li>г) оптимальная пропорция между потребительскими свойствами</li> </ol> </li> <li>2. Главный документ клиентской ориентированности в компании называется:             <ol style="list-style-type: none"> <li>а) клиент-бук</li> <li>б) клиентский кодекс</li> </ol> </li> </ol>	<p><b>ОПК-3:</b> ИД-ОПК-3.1 <b>ОПК-4</b> ИД-ПК-4.1 <b>ПК-1</b> ИД-ПК-1.3</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>в) клиентский постулат</li> <li>г) клиентская книга</li> </ul> <p>3. Пожизненная ценность клиента обозначает аббревиатурой:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) LTV</li> <li>б) MTV</li> <li>в) BSC</li> <li>г) KPI</li> </ul> <p>4. Сервисной, этической и эстетической характеристиками обладает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) клиент-функция компании</li> <li>б) аттракт-функция компании</li> <li>в) реклама</li> <li>г) клиентская деятельность</li> </ul> <p>5. Согласно маркетинговым исследованиям основной причиной потери клиента является:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) низкое качество продукта или услуги</li> <li>б) деятельность конкурентов</li> <li>в) низкий уровень сервиса</li> <li>г) снижение уровня платежеспособности населения</li> </ul> <p>6. К основным причинам низкой клиентоориентированности НЕ относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) персонал не отождествляет себя с бизнесом, не обладает предпринимательским мышлением</li> <li>б) компания не осознает высокой конкуренции на рынке или (все еще) находится в низком конкурентном поле</li> <li>в) клиентоориентированность не выделена в отдельное направление развития и на развитие клиентоориентированности не выделен отдельный бюджет</li> </ul> <p>7. Сбалансированный портфель – это такой портфель услуг, который</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) обеспечивает состав и структуру портфеля услуг, ориентированного не только на текущий, но и на будущий спрос</li> <li>б) обеспечивает достижение наиболее важных целей работы организации</li> <li>в) обеспечивает оптимальные пропорции между отдельными услугами, находящимися на разных этапах жизненного цикла</li> <li>г) все перечисленное верно</li> <li>д) все перечисленное неверно</li> </ul> <p>8. Какое из ниже приведенных утверждений является верным</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) Принцип синергизма в ассортиментной политике – интегральный эффект от различных направлений деятельности должен быть более высоким, чем простая сумма показателей их</li> </ul>	
--	--	--

	<p>отдачи</p> <p>б) Принцип синергизма в ассортиментной политике – интегральный эффект от различных направлений деятельности должен быть не меньше, чем простая сумма показателей их отдачи</p> <p>в) Принцип синергизма в ассортиментной политике – интегральный эффект от различных направлений деятельности должен быть равен простой сумме показателей их отдачи</p> <p>9. Уровень обновления портфеля услуг определяется как</p> <p>а) отношение выручки от реализации новой продукции к прибыли</p> <p>б) отношение маржи к прибыли</p> <p>в) отношение объема введенных новых услуг к общему объему услуг</p> <p>г) отношение услуг, пользующихся устойчивым спросом к общему объему услуг</p> <p>10. Показатель устойчивости портфеля услуг характеризует</p> <p>а) показатель, характеризующий отсутствие значительных колебаний полноты и широты портфеля услуг в течение определенного промежутка времени</p> <p>б) долю новых услуг в общем объеме услуг</p> <p>в) количество ассортиментных позиций в номенклатуре услуг</p> <p>г) соответствие фактического наличия видов услуг разработанному ассортиментному перечню, существующему спросу</p>	
--	--	--

#### 5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
зачет с оценкой по совокупности результатов текущего контроля успеваемости и итогового тестирования	Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей аттестации (критерии оценивания см. п. 5.2) и результатам тестирования. Критерии оценивания тестирования: Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за неправильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. Процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе:		5 85% - 100%
			4 70% - 84%
			3 55% - 69%
			2 54% и менее 54%

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>2» - равно или менее 54%</p> <p>«3» - 55% - 69%</p> <p>«4» - 70% - 84%</p> <p>«5» - 85% - 100%.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется как среднеарифметическая величина оценок по всем заданиям текущей аттестации и оценки по результатам тестирования.</p>		

### 5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- выступление с презентацией		2 – 5
- круглый стол (дискуссия)		2 – 5
- индивидуальное задание		2 – 5
- тестирование		2 – 5
Промежуточная аттестация Зачет с оценкой		отлично хорошо
<b>Итого за дисциплину</b>		удовлетворительно неудовлетворительно

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- интерактивных занятий;
- групповых дискуссий;
- тренингов;
- поиска и обработки информации с использованием сети Интернет;
- электронного обучения;
- наглядных пособий;
- компьютерного тестирования.

## 7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

К числу таких работ в данной дисциплине относятся примеры:

- оценки потребительской лояльности,
- оценки конкурентоспособности услуги,
- расчета прогноза объема продаж,
- построения Бостонской матрицы,
- проведения ABC-XYZ анализа и т.д.

## 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим

вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
<b>119071, г. Москва, Малая Калужская улица, дом 1, стр.2</b>	
Аудитория №1332 для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	– Комплект учебной мебели, меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.
Аудитория №1330 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Комплект учебной мебели, технические средства обучения: наборы демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран) и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (лекции в виде презентаций).

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
<p>Аудитория №1343:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- компьютерный класс для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;</li> <li>- помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ (в свободное от учебных занятия и профилактических работ время).</li> </ul>	<p>Комплект учебной мебели, доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: 19 персональных компьютеров с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
<p>читальный зал библиотеки:</p>	<p>– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»</p>

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
<p>Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет</p>	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1.	Латышова Л.С., Липсиц И.В., Ойнер О.К. [и др.]	Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии	Монография	М.: ИНФРА-М	2023	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=415046">https://znanium.com/catalog/document?id=415046</a>	Латышова Л.С., Липсиц И.В., Ойнер О.К. [и др.]
2.	Ватолкина Н.Ш.	Управление качеством в сфере услуг в условиях цифровой трансформации экономики	Монография	М.: НИЦ ИНФРА-М, МГУДТ	2019	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=424573">https://znanium.com/catalog/document?id=424573</a>	3 на кафедре
3.	Абаев А.Л., Азарова С.П., Артемьева О.А., Балова С.Л., Байбарлина Т.Н., Бурцева О.А. Под общ. ред.: Карпова С.В.	Новые парадигмы развития маркетинговых инструментов в условиях трансформации современной экономики	Монография	Дашков и К	2021	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=426363">https://znanium.com/catalog/document?id=426363</a>	
4.	Одинцов Б.Е., Романов А. Н., Догучаева С. М.	Современные информационные технологии в управлении экономической деятельностью (теория и практика)	Учебное пособие	М.: Вузовский учебник	2020, 2017	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=355377">https://znanium.com/catalog/document?id=355377</a>	

5.	Матвеева Л. Г., Никитаева А. Ю., Чернова О. А.	Маркетинговые информационные системы	Учебное пособие	Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета	2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=461934">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=461934</a>	-
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1.	Иващенко Н.С.	Управление внутренней клиентоориентированностью как фактор устойчивого развития организации	Статья	// Международный научно- исследовательский журнал №9 (123) сентябрь	2022		
2.	Иващенко Н.С.	Клиентоориентированность: виды и методы оценки	Статья	Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности: сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума «Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности» Международного Косыгинского Форума «Современные задачи инженерных наук» (29-30 октября 2019 г.). – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»,	2019		
3.	Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Андреев С. Н. и	Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности	Учебник	НИЦ ИНФРА-М	2020	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=350431">https://znanium.com/catalog/document?id=350431</a>	

	др.,						
4.	Аньшин В. М., Ильина О. Н.	Исследование методологии оценки и анализ зрелости управления портфелями проектов в российских компаниях	Монография	М.: ИНФРА-М	2022, 2018, 2016	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=379625">https://znanium.com/catalog/document?id=379625</a>	
5.	Гаврилов Н.П.	Информационные технологии в коммерции	Учебное пособие	НИЦ ИНФРА-М	2022, 2020, 2013, 2010	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=385551">https://znanium.com/catalog/document?id=385551</a>	
6.	Титоренко, Г. А. Макарова Г. Л. Дайитбегов Д. М. .и др.	Информационные технологии в маркетинге	Учебник	М. : ЮНИТИ	2000.	-	1
7.	Моисеева, Н. К. Коньшева М. В.	Управление маркетингом: теория. практика, информационные технологии		М. : Финансы и статистика	2002	-	3
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1.	Николаева Л.Н., Гусарова А.С.	Методические указания для проведения практических занятий по дисциплине «Маркетинг»	Методическ ие указания	М.:МГУДТ	2013	<a href="https://new.znanium.com/catalog/document/pid=461461">https://new.znanium.com/catalog/document/pid=461461</a> ; локальная сеть университета	5
2.	Николаева Л.Н., Шальмиева Д.Б.	Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг»	Методическ ие указания	М.:МГУДТ	2011	<a href="https://new.znanium.com/catalog/document/pid=461501">https://new.znanium.com/catalog/document/pid=461501</a>	5
3.	Иващенко Н.С.	Менеджмент и маркетинг	Учебное пособие	М.: РИО, РГУ им. А.Н. Косыгина	2021		1
4.	Ордынец А.А.	Методические рекомендации по организацию самостоятельной работы обучающихся	Методическ ие рекомендаци и	Утверждено на заседании кафедры коммерции и сервиса, протокол № 1 от 28.08.18			

## 11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ООО «Издательство Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>
2.	ООО «Знаниум» «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
4.	ООО «Электронное издательство «ЮРАЙТ» <a href="http://www.biblio-online.ru">www.biblio-online.ru</a>
5.	ООО «ИВИС» <a href="http://dlib.eastview.com/">http://dlib.eastview.com/</a> .
6.	«Национальная электронная библиотека»(НЭБ) <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a>
	<b>Профессиональные базы данных, информационные справочные системы</b>
1.	Web of Science <a href="http://webofknowledge.com/">http://webofknowledge.com/</a>
2.	Scopus <a href="http://www.Scopus.com/">http://www.Scopus.com/</a>
3.	Elsevier «Freedom collection» Science Direct <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a>
4.	«SpringerNature» <a href="http://www.springernature.com/gp/librarians">http://www.springernature.com/gp/librarians</a> Платформа Springer Link: <a href="https://rd.springer.com/">https://rd.springer.com/</a> Платформа Nature: <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> База данных Springer Materials: <a href="http://materials.springer.com/">http://materials.springer.com/</a> База данных Springer Protocols: <a href="http://www.springerprotocols.com/">http://www.springerprotocols.com/</a> База данных zbMath: <a href="https://zbmath.org/">https://zbmath.org/</a> База данных Nano: <a href="http://nano.nature.com/">http://nano.nature.com/</a> База данных Springer eBooks Collections: <a href="http://link.springer.com/">http://link.springer.com/</a> База данных The Wiley Journals Databas <a href="https://onlinelibrary.wiley.com/">https://onlinelibrary.wiley.com/</a>

## 11.2. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения с реквизитами подтверждающих документов составляется в соответствии с Приложением № 2 к ОПОП ВО.

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020
2.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
3.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
5.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
6.	Project Expert 7 Standart	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
7.	Альт-Финансы	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
8.	Альт-Инвест	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
9.	Программа для подготовки тестов Indigo	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
10.	Mathcad	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
11.	Matlab+Simulink	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
12.	Mathcad Education - University Edition Subscription	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

13.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
14.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ**

В рабочую программу учебной дисциплины/модуля внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

<b>№ пп</b>	<b>год обновления РПД</b>	<b>характер изменений/обновлений с указанием раздела</b>	<b>номер протокола и дата заседания кафедры</b>