

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
М.В.ЛОМОНОСОВА»**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

«УТВЕРЖДАЮ»

Декан экономического факультета МГУ
профессор _____ А.А.Аузан
«__» _____ 2021 год

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

ПОСТРОЕНИЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО БИЗНЕСА

Уровень высшего образования:

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки:

38.04.02. МЕНЕДЖМЕНТ

Форма обучения:

ОЧНАЯ

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки магистратуры 38.04.02. Менеджмент.

ОС МГУ утвержден решением Ученого совета МГУ имени М.В.Ломоносова от 28 декабря 2020 года, протокол №7

Год (годы) приема на обучение: 2021 и последующие

1. Место и статус дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы подготовки магистра

Статус дисциплины: *вариативная*

Триместр: 3

2. Входные требования (реквизиты) для освоения дисциплины

Для успешного освоения данного курса требуются знания и навыки, полученные в следующих дисциплинах:

- Интернет-маркетинг
- Маркетинговые коммуникации
- Стратегический маркетинг

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями
ПК-7.Способен оценить потребности организации в информации, готовить аналитические материалы для экспертизы управленческих процессов	ПК-7.И-1. Проводит анализ потребности организации в информации	ПК-7.И-1.3-1 Знает цели и задачи информационного менеджмента, причины возникновения информационных потребностей, методы изучения информационных потребностей
		ПК-7.И-1.У-1. Умеет анализировать информационные потребности и определять запросы организации в информационно-аналитическом обеспечении
		ПК-7.И-1.У-2. Умеет готовить материалы, раскрывающие потребности организации в информации для экспертизы управленческих процессов

ПК-8. Способен провести экспертизу управленческих процессов, подготовить экспертное заключение с выдачей рекомендаций	ПК-8.И-1. Проводит экспертизу управленческих процессов	ПК-8.И-1.3-1. Знает методы и принципы проведения экспертизы управленческих процессов
		ПК-8.И-1.У-1. Умеет оценивать эффективность управленческих процессов организации
	ПК-8.И-2. Представляет результаты экспертизы управленческих процессов организации с разработкой рекомендаций	ПК-8.И-2.3-1. Знает актуальные формы предоставления результатов экспертизы управленческих процессов
		ПК-8.И-2.У-1. Умеет разрабатывать рекомендации по повышению эффективности управленческих процессов на основе проведенного анализа
ПК-12. Способен самостоятельно создавать и адаптировать существующие зарубежные и отечественные программы планирования, использования и развития человеческих ресурсов на индивидуальном, групповом уровне и уровне трудового коллектива для достижения стратегического лидерства организации	ПК-12.И-1. Проводит критический анализ зарубежных и отечественных программ планирования использования и развития человеческих ресурсов	ПК-12.И-1.3-1. Знает основные отечественные и зарубежные программы планирования, использования и развития человеческих ресурсов
		ПК-12.И-1.У-1. Умеет критически оценивать достоинства и недостатки зарубежных и отечественных программ планирования, использования и развития человеческих ресурсов
	ПК-12.И-2. Разрабатывает программы планирования, использования и развития человеческих ресурсов компании, способствующие достижению стратегического лидерства организации	ПК-12.И-2.У-1. Умеет разрабатывать программы планирования, использования и развития человеческих ресурсов компании на индивидуальном, групповом уровне и уровне трудового коллектива

ПК-13. Способен планировать, организовывать и управлять предпринимательской деятельностью	ПК-13.И-1. Разрабатывает и внедряет стратегии предпринимательской деятельности	ПК-13.И-1.3-1. Знает основные принципы, условия, виды и формы осуществления предпринимательской деятельности
		ПК-13.И-1.У-1. Умеет оценивать факторы внешней и внутренней среды, их влияние на условия и результаты предпринимательской деятельности
		ПК-13.И-1.У-2. Умеет управлять ресурсным обеспечением предпринимательской деятельности
ПК-14. Способен обосновывать выбор вариантов управленческих решений, выработать и предоставлять рекомендации по совершенствованию управленческой деятельности компаний и организаций разных организационно-правовых форм на основе критериев финансово-экономической эффективности	ПК-14.И-1. Предлагает отвечающие критериям финансово-экономической эффективности управленческие решения для компаний и организаций	ПК-14.И-1.3-1. Знает критерии и методы оценки финансово-экономической эффективности, используемые для принятия управленческих решений
		ПК-14.И-1.У-1. Умеет проводить финансово-экономическую оценку вариантов управленческих решений для компаний и организаций разных организационно-правовых форм
	ПК-14.И-2. Разрабатывает и формулирует обоснованные предложения по повышению финансово-экономической эффективности управленческой деятельности компаний и организаций	ПК-14.И-2.У-1. Умеет диагностировать возможности по совершенствованию управленческой деятельности компаний и организаций с точки зрения финансово-экономической эффективности

		ПК-14.И-2.У-2. Умеет разрабатывать и обосновывать мероприятия по совершенствованию управленческой деятельности компаний и организаций разных организационно-правовых форм
МПК-1. Способен проводить анализ состояния рынков, маркетинговой деятельности коммерческих и некоммерческих организаций, вносить предложения по оптимизации бизнес-процессов клиентоориентированной компании, разрабатывать системы показателей оценки результативности маркетинга	МПК-1.И-1. Выявляет рыночные возможности и варианты оптимизации маркетинговых-процессов клиентоориентированной компании на основе комплексного анализа внешних и внутренних факторов	МПК-1.И-1.3-1. Знает методы, инструменты и модели стратегического анализа рынка и маркетинговой деятельности компании
		МПК-1.И-1.У-1. Умеет разрабатывать рекомендации по оптимизации маркетинговых-процессов на основе анализа внешних и внутренних факторов
	МПК-1.И-2. Оценивает на основе аналитических показателей результаты маркетинговой деятельности компании для повышения клиентоориентированности	МПК-1.И-2.3-1. Знает системы показателей оценки маркетинговой деятельности и метрики клиентоориентированности
		МПК-1.И-2.У-1. Умеет оценивать результаты маркетинговой деятельности компании на основе комплексной системы показателей

4. Объем дисциплины по видам занятий

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы: 108 академических часов, в том числе 52 академических часа составляет контактная работа с преподавателем, 56 академических часов составляет самостоятельная работа магистранта.

5. Формат обучения: используется электронная информационная среды экономического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова «ON.ECON».

6. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе				
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) <i>Виды контактной работы, часы</i>			Самостоятельная работа обучающегося <i>Виды самостоятельной работы, часы</i>	
		Занятия семинарского типа	Групповые консультации	Индивидуальные консультации	Всего	Всего
Тема 1. Введение в клиентоцентричный маркетинг Тема 2. Клиентоцентричный маркетинг	16	4	4		8	8
Тема 3. Внедрение клиентоцентричной культуры	16	4	4		8	8
Тема 4. Эволюция клиентской культуры	16	4	4		8	8
Тема 5. Создание ценности для клиентов	16	4	4		8	8
Тема 6. Метрики CX	12	4	4		4	4
Тема 7. Инсайты от мировых лидеров продаж Тема 8. Мировые тренды и опыт реализации	16	4	4		8	8
Итоговая аттестация: защита проекта	16	4	4		8	8
Итого	108	52				56

Краткое содержание тем дисциплины

Тема 1. Введение в клиентоцентричный маркетинг.

Сущность покупателей (три типа). Основные правила формирования лояльности. Управление ожиданиями.

Тема 2. Клиентоцентричный маркетинг.

Функции маркетинга, продаж и клиентского сервиса.

Тема 3. Внедрение клиентоцентричной культуры.

Сложности трансформации

Тема 4. Эволюция клиентской культуры.

Этапы зрелости в компании. Внедрение клиентоцентричной культур. Мышление в правильной парадигме

Тема 5. Создание ценности для клиентов.

Разбор кейсов. 10 типов ценностей. Стратегия развития CX

Тема 6. Метрики CX.

Тема 7. Инсайты от мировых лидеров продаж.

Инструменты продаж и гибридный формат работы.

Тема 8. Мировые тренды и опыт реализации.

Примеры и кейсы

7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине

7.1. Примеры оценочных средств:

Результаты обучения по дисциплине	Виды оценочных средств
ПК-7.И-1.3-1 Знает цели и задачи информационного менеджмента, причины возникновения информационных потребностей, методы изучения информационных потребностей	Аудит клиентского опыта в компании (клиентоцентричный маркетинг) Упражнение "тайный покупатель" Упражнение "путь клиента"
ПК-7.И-1.У-1. Умеет анализировать информационные потребности и определять запросы организации в информационно-аналитическом обеспечении	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
ПК-7.И-1.У-2. Умеет готовить материалы, раскрывающие потребности организации в информации для экспертизы управленческих процессов	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
ПК-8.И-1.3-1. Знает методы и принципы проведения экспертизы	Аудит клиентского опыта в компании (клиентоцентричный маркетинг)

управленческих процессов	Упражнение "тайный покупатель" Упражнение "путь клиента"
ПК-8.И-1.У-1. Умеет оценивать эффективность управленческих процессов организации	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
ПК-8.И-2.3-1. Знает актуальные формы предоставления результатов экспертизы управленческих процессов	Аудит клиентского опыта в компании (клиентоцентричный маркетинг) Упражнение "тайный покупатель" Упражнение "путь клиента"
ПК-8.И-2.У-1. Умеет разрабатывать рекомендации по повышению эффективности управленческих процессов на основе проведенного анализа	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
ПК-12.И-1.3-1. Знает основные отечественные и зарубежные программы планирования, использования и развития человеческих ресурсов	Аудит клиентского опыта в компании (клиентоцентричный маркетинг) Упражнение "тайный покупатель" Упражнение "путь клиента"
ПК-12.И-1.У-1. Умеет критически оценивать достоинства и недостатки зарубежных и отечественных программ планирования, использования и развития человеческих ресурсов	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
ПК-12.И-2.У-1. Умеет разрабатывать программы планирования, использования и развития человеческих ресурсов компании на индивидуальном, групповом уровне и уровне трудового коллектива	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
ПК-13.И-1.3-1. Знает основные принципы, условия, виды и формы осуществления предпринимательской деятельности	Аудит клиентского опыта в компании (клиентоцентричный маркетинг) Упражнение "тайный покупатель" Упражнение "путь клиента"
ПК-13.И-1.У-1. Умеет оценивать факторы внешней и внутренней среды, их влияние на условия и результаты предпринимательской деятельности	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
ПК-13.И-1.У-2. Умеет управлять ресурсным обеспечением предпринимательской деятельности	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
ПК-14.И-1.3-1. Знает критерии и методы оценки финансово-экономической эффективности, используемые для принятия управленческих решений	Аудит клиентского опыта в компании (клиентоцентричный маркетинг) Упражнение "тайный покупатель" Упражнение "путь клиента"
ПК-14.И-1.У-1. Умеет проводить финансово-экономическую оценку вариантов управленческих решений для компаний и организаций	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта

разных организационно-правовых форм	
ПК-14.И-2.У-1. Умеет диагностировать возможности по совершенствованию управленческой деятельности компаний и организаций с точки зрения финансово-экономической эффективности	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
ПК-14.И-2.У-2. Умеет разрабатывать и обосновывать мероприятия по совершенствованию управленческой деятельности компаний и организаций разных организационно-правовых форм	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
МПК-1.И-1.3-1. Знает методы, инструменты и модели стратегического анализа рынка и маркетинговой деятельности компании	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
МПК-1.И-1.У-1. Умеет разрабатывать рекомендации по оптимизации маркетинговых-процессов на основе анализа внешних и внутренних факторов	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
МПК-1.И-2.3-1. Знает системы показателей оценки маркетинговой деятельности и метрики клиентоориентированности	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта
МПК-1.И-2.У-1. Умеет оценивать результаты маркетинговой деятельности компании на основе комплексной системы показателей	Работа на занятиях Итоговая аттестация: защита проекта

7.2. Критерии оценивания (баллы) по дисциплине:

Виды оценочных средств	Баллы
Аудит клиентского опыта в компании (клиентоцентричный маркетинг)	30
Упражнение "тайный покупатель"	30
Упражнение "путь клиента"	40
Работа на занятиях	20
Итоговая аттестация: защита проекта	30

7.3. Оценка по дисциплине выставляется, исходя из следующих критериев:

Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов

Отлично	127,5	150,0
Хорошо	97,5	127,0
Удовлетворительно	60,0	97,0
Неудовлетворительно	0,0	59,5

Примечание: в случае, если магистрант за триместр набирает менее 20% баллов от максимального количества по дисциплине, то уже на промежуточном контроле (и далее на пересдачах) действует следующее правило сдачи: «магистрант может получить только оценку «Удовлетворительно», и только если получит за промежуточный контроль, включающий весь материал дисциплины, не менее, чем 85% от баллов за промежуточный контроль».

7.4. Типовые задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения:

- Аудит клиентского опыта в компании (клиентоцентричный маркетинг)
- Упражнение "тайный покупатель"
- Упражнение "путь клиента"

7.5. Методические рекомендации и требования к выполнению заданий:

Задания, сданные позже срока, снижают общую оценку.

8. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. «Клиенты на всю жизнь», Карл Сьюэлл и Пол Браун
2. «Искренняя лояльность», Фред Райхельд и Роб Марки
3. «Правила Zappos. Технологии выдающейся интернет-компании», Джозеф Мичелли
4. «Превосходя ожидания», Рик Баррера
5. Питер Фейдер, Сара Томс

Клиентоцентричность: Отношения с потребителями в цифровую эпоху

6. Революция удобства: Как обеспечить Customer Service Experience, который ломает конкуренцию и создает прочную лояльность, Шеп Хикен

8.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

Word, Excel, PowerPoint

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Институциональная подписка ЭФ МГУ: https://www.econ.msu.ru/elibrary/is/inst_subs

8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

8.5. Описание материально-технической базы

Для организации занятий по дисциплине необходимы следующие технические средства обучения:

- для проведения лекционных занятий необходимо наличие аудитории, оборудованной компьютерным проектором с программным обеспечением для проведения презентаций и просмотра учебных фильмов;
- для проведения семинарских занятий необходимо аудитории, оборудованные компьютерами, проектором, флипчартами или двумя учебными досками для проведения деловых игр и обсуждения практических ситуаций в малых группах;
- для самостоятельной работы студентов необходимы компьютерные классы, доступ в Интернет и учебная литература из приведенного выше списка.

9. ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ: русский

10. ПРЕПОДАВАТЕЛЬ: Дмитриев Дмитрий Сергеевич

11. АВТОР ПРОГРАММЫ: Дмитриев Дмитрий Сергеевич