

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)  
**СЕРВИСНАЯ ПОЛИТИКА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ**

Направление и направленность (профиль)  
38.04.06 Торговое дело. Управление логистическими системами

Год набора на ОПОП  
2025

Форма обучения  
очная

Владивосток 2025

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Сервисная политика на потребительском рынке» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020г. №982) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Юрченко Н.А., кандидат экономических наук, заведующий кафедрой, Кафедра маркетинга и логистики, Natalya.Yurchenko@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики от 30.04.2025 , протокол № 9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	000000000ED787A
Владелец	Юрченко Н.А.

## **1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**

Цель дисциплины - формирование у студентов системных знаний и практических навыков в области разработки, реализации и оценки эффективности сервисной политики компаний, действующих на потребительском рынке.

Задачи дисциплины:

1. Раскрыть сущность, цели и элементы сервисной политики как ключевого инструмента конкуренции.
2. Изучить методологию проектирования и стандартизации услуг.
3. Сформировать умения анализа и управления качеством сервиса.
4. Развить навыки разработки программ лояльности и управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).
5. Научить оценивать экономическую эффективность сервисной политики.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.04.06 «Торговое дело» (М-ТД)	ПКВ-1 : Способен управлять логистической системой предприятия	ПКВ-1.3к : Разрабатывает проекты по внедрению логистических концепций и технологий, логистических информационных систем в деятельность предприятия	РД1	Знание	теорию и практику сервис-менеджмента; модели оценки качества услуг (SERVQUAL, «Моменты истины»); методы сбора и анализа обратной связи; правовые основы защиты прав потребителей услуг.
			РД2	Умение	проводить аудит сервисной деятельности компании; разрабатывать стандарты обслуживания; анализировать жалобы и работать с негативом; рассчитывать ключевые показатели
	ПКВ-3 : Способен организовывать и оптимизировать процесс перевозки грузов в цепи поставок	ПКВ-3.2к : Контролирует качество перевозки и своевременности доставки грузов, ведение претензионной работы с клиентами	РД2	Умение	проводить аудит сервисной деятельности компании; разрабатывать стандарты обслуживания; анализировать жалобы и работать с негативом; рассчитывать ключевые показатели
			РД3	Навык	навыками разработки фрагментов сервисной политики компаний; инструментами повышения лояльности персонала и клиентов; техниками сервисного восстановления.

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных

российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	Формирование ценностей	Целевые ориентиры
<b>Формирование гражданской позиции и патриотизма</b>		
Формирование толерантности и уважения к представителям различных национальностей и культур, проживающих в России	Гражданственность Права и свободы человека Единство народов России	Гуманность Культурная идентичность Соблюдение моральных принципов
<b>Формирование духовно-нравственных ценностей</b>		
Формирование ответственного отношения к труду	Созидательный труд	Мотивированность Настойчивость и упорство в достижении цели Толерантность и терпимость
<b>Формирование научного мировоззрения и культуры мышления</b>		
Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Взаимопомощь и взаимоуважение	Системное мышление Гибкость мышления Стремление к познанию и саморазвитию
<b>Формирование коммуникативных навыков и культуры общения</b>		
Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать	Взаимопомощь и взаимоуважение	Эмоциональный интеллект Доброжелательность и открытость Коммуникабельность

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

В соответствии с утвержденным учебным планом дисциплина «Сервисная политика на потребительском рынке» относится к факультативным дисциплинам.

### 3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттестации		
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная					
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР				
38.04.06 Торговое дело	ОФО	M04.Ф	3	2	17	4	12	0	1	0	55	3		

## **4 Структура и содержание дисциплины (модуля)**

### **4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО**

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Теоретические основы сервисной политики	РД1	2	4	0	25	собеседование, практическое задание
2	Инструменты разработки и реализации сервисной политики	РД2, РД3	2	8	0	30	собеседование, практическое задание
<b>Итого по таблице</b>			<b>4</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>55</b>	

### **4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО**

#### *Тема 1 Теоретические основы сервисной политики.*

Содержание темы: Необходимость сервиса в торговом деле. Понятие сервиса, цель и основные задачи сервиса. Виды сервиса. Основные принципы организации сервиса предприятия. Особенности сервисной деятельности Сервисная политика как конкурентное преимущество. Цели, задачи, структура (услуга, персонал, процессы, среда).

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия, практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

#### *Тема 2 Инструменты разработки и реализации сервисной политики.*

Содержание темы: Стандартизация услуг и управление качеством. Карта клиентского пути (Customer Journey Map). Управление лояльностью. Программы лояльности. Метрики NPS, CSI. Работа с рекламациями и сервисное восстановление.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия, практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

## **5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)**

### **5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы**

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на лекциях и практических занятиях, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, и самостоятельное изучение некоторых вопросов курса.

## **5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

## **6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

## **7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **7.1 Основная литература**

1. Жукова, Е. Е. Маркетинг услуг : учебное пособие / Е.Е. Жукова, Т.В. Суворова. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 364 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2125940.  
- ISBN 978-5-16-019538-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2125940> (Дата обращения - 21.11.2025)
2. Козлова-Зубкова, Н. А., Сервис для лиц с особыми потребностями : учебник / Н. А. Козлова-Зубкова. — Москва : Русайнс, 2023. — 258 с. — ISBN 978-5-466-04262-7. — URL: <https://book.ru/book/951644> (дата обращения: 18.11.2025). — Текст : электронный.

### **7.2 Дополнительная литература**

1. Велединский, В. Г., Сервисная деятельность : учебник / В. Г. Велединский. — Москва : КноРус, 2023. — 191 с. — ISBN 978-5-406-10346-3. — URL: <https://book.ru/book/944967> (дата обращения: 18.11.2025). — Текст : электронный.
2. Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитонова. — 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 248 с. - ISBN 978-5-394-04914-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2084343> (Дата обращения - 21.11.2025)

**7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):**

1. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
2. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
3. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
4. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>
5. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

**8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

Основное оборудование:

- Проектор

Программное обеспечение:

- Microsoft Office 2010 Standart

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Фонд оценочных средств  
для проведения текущего контроля  
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

**СЕРВИСНАЯ ПОЛИТИКА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ**

Направление и направленность (профиль)  
38.04.06 Торговое дело. Управление логистическими системами

Год набора на ОПОП  
2025

Форма обучения  
очная

Владивосток 2025

## 1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
38.04.06 «Торговое дело» (М-ТД)	ПКВ-1 : Способен управлять логистической системой предприятия	ПКВ-1.3к : Разрабатывает проекты по внедрению логистических концепций и технологий, логистических информационных систем в деятельность предприятия
	ПКВ-3 : Способен организовывать и оптимизировать процесс перевозки грузов в цепи поставок	ПКВ-3.2к : Контролирует качество перевозки и своевременности доставки грузов, ведение претензионной работы с клиентами

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критерии оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

## 2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

### Компетенция ПКВ-1 «Способен управлять логистической системой предприятия»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код ре- з- та	ти- п- ре- з- та	Результат	
ПКВ-1.3к : Разрабатывает проекты по внедрению логистических концепций и технологий, логистических информационных систем в деятельность предприятия	RД 1	Знан ие	теорию и практику сервис-менеджмента; модели оценки качества услуг (SERVQUAL, «Моменты истины»); методы сбора и анализа обратной связи; правовые основы защиты прав потребителей услуг.	сформирована система знаний сервис-менеджмента, знает модели оценки качества услуг
	RД 2	Уме ни е	проводить аудит сервисной деятельности компании; разрабатывать стандарты обслуживания; анализировать жалобы и работать с негативом; рассчитывать ключевые показатели	умеет разрабатывать стандарты обслуживания, анализировать показатели сервиса предприятия

### Компетенция ПКВ-3 «Способен организовывать и оптимизировать процесс перевозки грузов в цепи поставок»

Таблица 2.2 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код ре- з- та	ти- п- ре	Результат	

	з-та	з-та		
ПКВ-3.2к : Контролирует качество перевозки и своевременность доставки грузов, ведение претензионной работы с клиентами	РД 2	Умение	проводить аудит сервисной деятельности компании; разрабатывать стандарты обслуживания; анализировать жалобы и работать с негативом; рассчитывать ключевые показатели	умеет разрабатывать стандарты обслуживания, анализировать показатели сервиса предприятия
	РД 3	Навык	навыками разработки фрагментов сервисной политики компании; инструментами повышения лояльности персонала и клиентов; техниками сервисного восстановления.	владеет навыками разработки сервисной политики предприятия

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

### 3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : теорию и практику сервис-менеджмента; модели оценки качества услуг (SERVQUAL, «Моменты истины»); методы сбора и анализа обратной связи; правовые основы защиты прав потребителей услуг.	1.1. Теоретические основы сервисной политики	Практическое задание	Практическое задание
			Практическое задание	Собеседование
			Собеседование	Практическое задание
			Собеседование	Собеседование
РД2	Умение : проводить аудит сервисной деятельности компании; разрабатывать стандарты обслуживания; анализировать жалобы и работать с негативом; рассчитывать ключевые показатели	1.2. Инструменты разработки и реализации сервисной политики	Практическое задание	Практическое задание
			Практическое задание	Собеседование
			Собеседование	Практическое задание
			Собеседование	Собеседование
РД3	Навык : навыками разработки фрагментов сервисной политики компании; инструментами повышения лояльности персонала и клиентов; техникой	1.2. Инструменты разработки и реализации сервисной политики	Практическое задание	Практическое задание
			Практическое задание	Собеседование
			Собеседование	Практическое задание

	ами сервисного восстановления.		Собеседование	Собеседование
--	--------------------------------	--	---------------	---------------

#### 4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство			
	Собеседование		Практические работы	Итого
Лекции	10			10
Практические работы			40	40
Самостоятельная работа			30	30
Промежуточная аттестация			20	20
Итого				100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умеет применять их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

#### 5 Примерные оценочные средства

##### 5.1 Примерный перечень вопросов по темам и для проведения собеседования

1. Сервис как стратегия развития бизнеса
2. Охарактеризуйте основной инструментарий сервисной политики предприятия

3. Предложите и обоснуйте свой вариант эффективной системы сервиса на предприятии
  4. Цели и задачи сервисной политики
  5. Раскройте суть концепции «сервис как отдельный продукт»
  6. Раскройте суть концепции «сервис как поддержка отдельного продукта»
  7. Раскройте суть концепции «сервис как часть системы»
  8. Объясните основные функции службы сервиса на предприятии
  9. Перечислите этапы планирования и управления сервисом
  
  10. Сформулируйте основные стратегии промышленного сервиса
  11. Объясните сущность стратегии, связанной с конструкцией (продуктовым дизайном)
  12. Объясните сущность стратегии, основанной на системе поддерживающего сервиса
  13. Изложите основные концепции покупательского сервиса
  14. Организация B2B-сервиса
  15. Раскройте сущность Бенчмаркинга и изучения потребительских предпочтений.
- В чем Вы видите их специфику?**
16. Прокомментируйте основные способы оценки качества сервиса
  17. Какие проблемы, на Ваш взгляд, являются сегодня ключевыми в области оценки удовлетворенности потребителей?
  18. Объясните содержание бизнес -процессного подхода в оценке качества сервиса.
- В чем Вы видите их специфику?**
19. В чем конкретно заключается подход KPI?
  20. Как соотносятся понятия «сервис» и «корпоративная культура»?
- Краткие методические указания*
- Во время собеседования студенты активно отвечают на вопросы, предварительно подготовившись по каждой теме.

#### *Шкала оценки*

<b>№</b>	<b>Кол-во баллов</b>	<b>Критерии</b>
5	41–50 баллов	выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно
4	31-40 баллов	работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации и приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы
3	21-30 балл	студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих их проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы
2	11-20 баллов	если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
1	0-10 баллов	Цель задания не достигнута, используется заимствованный материал

#### **5.2 Перечень заданий**

**Практическое задание 1. Анализ сервисной политики известной компании.**  
Формат: работа в малых группах (2-3 человека) с последующей краткой презентацией.

Название задания: «Сервисный аудит: диагностика сильных и слабых сторон клиентского опыта».

Цель: Научиться применять теоретические модели для системного анализа реальной сервисной политики компании.

Задание:

1. Выберите компанию, работающую на потребительском рынке (розничная сеть, банк, кафе, онлайн-сервис, телеком-оператор и т.д.). Рекомендуется выбрать компанию, клиентом которой вы являетесь.

2. Проведите анализ, используя предложенный чек-лист на основе модели «5 разрывов» (Gaps Model) и структуры сервисной политики.

3. Ответьте на ключевые вопросы в структурированном виде:

А. Анализ обещаний (Разрыв 1):

- Как компания позиционирует свой сервис в рекламе, на сайте, в соцсетях? Приведите примеры слоганов или обещаний.

- Соответствует ли это позиционирование реальным ожиданиям целевой аудитории (на ваш взгляд)?

Б. Анализ восприятия клиентом (Разрывы 4,5):

- Опишите свой или смоделированный клиентский опыт (Customer Journey) по этапам: «Узнавание» -> «Покупка» -> «Использование» -> «Поддержка».

- Выделите 2-3 «момента истины» (ключевых точки контакта). Что там происходит?

- Как собирается и обрабатывается обратная связь (отзывы, жалобы)? Есть ли публичные ответы на негатив?

В. Анализ внутренних процессов (Разрывы 2,3):

- Персонал: Видны ли стандарты обслуживания? Обучены ли сотрудники? Проявляют ли инициативу для решения проблем?

- Среда: Как организовано физическое или цифровое пространство обслуживания (удобство, чистота, навигация)?

- Процессы: Просты и быстры ли ключевые процессы (оформление заказа, возврат, консультация)?

4. Сформулируйте выводы:

- Сильные стороны сервисной политики компании (что делает хорошо?).

- Ключевая проблема (разрыв), которая, на ваш взгляд, наносит наибольший ущерб клиентскому опыту.

- Одно конкретное рекомендацию по устранению этой проблемы.

Формат результата: презентация из 5-7 слайдов.

## **Практическое задание 2. Разработка фрагмента сервисного стандарта.**

Формат: Групповая проектная работа (3-4 человека).

Название задания: «Проектирование эталона: сервисный стандарт для критического "момента истины"».

Цель: Получить практический навык формализации и стандартизации сервисного взаимодействия для обеспечения стабильного качества.

Задание:

1. Выберите бизнес-контекст для нового виртуального стартапа (например: «Студия йоги с онлайн-записью», «Сервис по ремонту велосипедов с выездом», «Мини-кофейня в бизнес-центре»).

2. Определите один критический «момент истины» в клиентском пути вашего стартапа, который сильнее всего влияет на общее впечатление (напр.: «Первая встреча с тренером / мастером / бариста», «Получение и проверка

отремонтированного велосипеда», «Решение проблемы с отменой занятия через приложение»).

3. Разработайте сервисный стандарт для этого момента. Стандарт должен включать:

- Цель стандарта: Какой эмоциональный и практический результат мы хотим получить у клиента?
- Технический регламент (что делать): Последовательность обязательных действий сотрудника (шаг 1, шаг 2...).
- Коммуникативный регламент (что говорить): Ключевые фразы приветствия, информирования, прощания. «Запрещённые» фразы.
- Эмоциональный регламент (каким быть): Требования к внешнему виду, интонации, невербальным сигналам (улыбка, контакт глаз).
- Необходимые ресурсы: Что нужно сотруднику для выполнения стандарта (гаджет, чек-лист, доступ к системе).
- Показатель выполнения (КПИ): Как мы измерим соблюдение стандарта (тайминг, слова из отзыва, результат опроса)?

Формат результата: Презентация стандарта на одном плакате (в Miro) или в формате одностороннего документа. Устная защита (3-5 минут на группу).

**Практическое задание 3. Расчёт метрик лояльности и кейс по работе с «трудным» клиентом.**

Формат: Комплексная ситуационная задача (можно в группах или индивидуально).

Название задания: «Калькулятор лояльности: от конфликта к экономическому эффекту».

Цель: Отработать навыки количественной оценки лояльности и принятия управленческих решений в ситуации сервисного кризиса.

Задание:

Часть 1. Кейс «Сломанный гаджет»:  
Клиент купил в вашем интернет-магазине беспроводные наушники премиум-класса за 15 000 руб. Через 2 недели он пришёл с жалобой, что наушники перестали держать заряд. При проверке выяснилось, что это нарушение условий эксплуатации (попадание влаги), не покрываемое гарантией. Клиент агрессивен, настаивает на замене, угрожает публичным негативным отзывом на 100k+ подписчиков и обращением в Роспотребнадзор.

Вопросы:

1. Сервисное восстановление: Опишите по шагам ваши действия в диалоге с клиентом. Какие принципы будете применять?
2. Экономический расчёт: Примите управленческое решение (отказать, заменить, отремонтировать со скидкой) и обоснуйте его экономически. Используйте концепцию LTV (Lifetime Value). Введите реалистичные допущения: средний чек клиента, частота покупок, маржинальность. Оцените потенциальные убытки от негативного отзыва (потеря скольких будущих клиентов?).

Часть 2. Расчёт метрик:  
Исходные данные: После решения ситуации вы провели опрос среди 100 клиентов, купивших товары в прошлом месяце.

- Ответили «10» или «9» (сторонники) – 60 человек.
- Ответили «8» или «7» (нейтральные) – 25 человек.
- Ответили «6» и ниже (критики) – 15 человек.
- Из «сторонников» на вопрос «Порекомендуете ли нас?» сказали «Да, точно» – 50 человек.
- Общие затраты на маркетинг и сервис в месяц – 500 000 руб.
- Средняя выручка с лояльного клиента за год – 10 000 руб.

Вопросы:

1. Рассчитайте NPS (Net Promoter Score).

2. Оцените CSI (Индекс удовлетворённости клиентов) как долю положительных оценок (9-10).

3. Сделайте прикидочный расчёт: какую долю от маркетингового бюджета можно направить на удержание и повышение лояльности текущих клиентов, исходя из их потенциального LTV?

Формат результата: Письменное решение задачи с ответами на все вопросы, включая формулы, расчёты и краткие пояснения.

### *Краткие методические указания*

Студенты самостоятельно или в малых группах выполняют практические задания, следуя пошаговым указанием и опираясь на изученный материал

#### *Шкала оценки*

Кол-во баллов	Критерии
5	41–50 баллов
4	31-40 баллов
3	21-30 балл
2	11-20 баллов
1	0-10 баллов