

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.12.2. Управление отношениями с клиентами

**Семестр: 8**

**Количество часов: 108**

**Количество зачетных единиц: 3**

**Промежуточная аттестация: зачет**

### **Место дисциплины в структуре ОП:**

Дисциплина «Управление отношениями с клиентами» относится к вариативной части учебного плана, является дисциплиной по выбору обучающимся по направлению 43.03.02 *Туризм*. Она служит теоретической и методологической основой для формирования у студентов представлений об особенностях управления партнерскими взаимоотношениями на рынке туристских услуг. Реализация знаний и умений, полученных в ходе изучения данной дисциплины, позволит на высоком профессиональном уровне управлять отношениями с покупателями (клиентами) с целью получения прибыли путем обеспечения удовлетворенности последних туристским продуктом и процессом обслуживания.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Социальный туризм», «Организация туристской деятельности», «Маркетинг в туристской индустрии», «Технологии развлечений», «Туристско-рекреационное проектирование», «Имеджелогия», «Технологии продаж», «Социология управления», «Менеджмент в туристской индустрии».

**В результате изучения дисциплины «Мотивация трудовой деятельности» студент должен:**

Цель дисциплины «Управление отношениями с клиентами» - овладение студентами системой теоретико-методологических и организационных знаний и действий экономического характера, направленных на улучшение взаимоотношений продавцов туристских услуг с покупателями (клиентами), с целью получения прибыли путем обеспечения удовлетворенности последних туристским продуктом и процессом обслуживания. Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности (в соответствии с ФГОС, п.4.4):

- в торгово-технологической деятельности:
  - формирование отношений в системе продавец - покупатель (клиент).
  - формирование отношений внутри организации, с поставщиками и внешним окружением в конкретных условиях деятельности.
- в организационно-управленческой деятельности:
  - управление взаимоотношениями между субъектами процесса купли-продажи.
- в области научно-исследовательской деятельности:

анализ и оценка экономических аспектов взаимоотношений продавцов и покупателей (клиентов);

участие в разработке методов оценки степени удовлетворенности покупателей (клиентов) услугами и процессом обслуживания;

разработка современных моделей формирования и управления отношений между продавцами и покупателями, между организациями и их партнерами.

участие в разработке и реализации программ лояльности туристских организаций.

### **Содержание дисциплины:**

Эволюция взаимоотношений субъектов рынка. Экономические и стратегические аспекты взаимоотношений субъектов рынка. Партнерские отношения с клиентами. Партнерские отношения внутри организации. Партнерские отношения с поставщиками. Сотрудничество с внешними организациями. Технологии взаимоотношений, применяемые организацией. Маркетинг менеджмент взаимоотношений в организации. Программное обеспечение CRM-технологий. Управление партнерскими отношениями с покупателями (клиентами) на основе платформы 1С: Предприятие 8.1. Подготовка и защита курсовой работы (проекта).

**В результате освоения учебной дисциплины** обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями: ПрК-1; ПрК-2.

### **Образовательные технологии:**

Дисциплина предполагает использование в учебном процессе активных и интерактивных методов проведения занятий: чтение комбинированных лекций в интерактивном режиме с использованием визуальной презентации; эссе; проведение « круглого стола»; поисковая работа в интернете.

Краткое описание указанных технологий:

*Чтение комбинированных лекций в интерактивном режиме с использованием визуальной презентации*

Данная форма предполагает начинать каждое занятие с 30-минутной лекции, рассматривающей базовые понятия по теме. На групповые презентации студентов, включающие комментарии к слайдам отводится 15 минут. Исходя из того, что часть студентов имеют незначительный опыт и неглубокие знания, курс умышленно разрабатывается как повторяющийся, чтобы слабые студенты чувствовали себя комфортно в более активной обучающейся среде. Другие группы составляют комментарии к презентации. Затем идет дискуссия, которая завершается подведением итогов.

*Эссе*

Данный метод позволяет оценить умение студента письменно излагать суть поставленной проблемы и ориентирует его самостоятельно проводить анализ, обобщать и делать выводы. Например: данный метод может быть использован при изучении темы: « Сущность , экономическое содержание и функции заработной платы ».

### *Проведение «круглого стола»*

Основной целью проведения «круглого стола» является выработка у учащихся профессиональных умений излагать мысли, аргументировать свои соображения, обосновывать предлагаемые решения и отстаивать свои убеждения. При этом происходит закрепление информации и самостоятельной работы с дополнительным материалом, а также выявление проблем и вопросов для обсуждения. Важной задачей при организации «круглого стола» является обсуждение в ходе дискуссий проблемных ситуаций по данной теме. Например: в рамках изучения темы «Потребности : виды, свойства, особенности ».

### *Поисковая работа в интернете*

Данная форма используется при изучении студентами всех тем курса (студенты самостоятельно находят необходимый материал по заданной теме, готовят медиа-презентации, используют при написании учебных рефератов)

**Составитель:** Н.И. Рыжова, кафедра социально-культурного сервиса и туризма