МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____/Шубаева В.Г./
«28» августа 2020 г.

МАРКЕТИНГ УСЛУГ И УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С ПОКУПАТЕЛЯМИ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Логистические и маркетинговые стратегии клиентоориентированности транснациональной транспортно-логистической компании
Уровень высшего образования	магистратура
Форма обучения	заочная

Составитель:
_____/ д.э.н., профессор Соловьева Ю.Н.

Санкт-Петербург
2020

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3
1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ 4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП 4
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 4
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ 5
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ 6
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА 7
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ 7
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины 7
7.2. Организация самостоятельной работы 9
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 9
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 10
9.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 10
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса 10
10 ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 10
11 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 12

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Название дисциплины	Маркетинг услуг и управление взаимоотношениями с покупателями транспортно-логистической компании
Цели и задачи дисциплины	**Цель дисциплины:** формирование у магистрантов теоретической базы для понимания концептуальных и методических основ маркетинга услуг транспортно-логистической компании, а также развитие практических навыков дизайна инновационных процессов обслуживания покупателей. **Задачи:** - ознакомить с основными особенностями маркетинга услуг в транспортно-логистической отрасли; - рассмотреть концептуальные, теоретические и методические основы дизайна сервисных бизнес-процессов на основе проведения количественных и качественных маркетинговых исследований; - сформировать маркетинговый подход к управлению взаимоотношениями с покупателями.
Планируемые результаты обучения	ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения ПК-9 – способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой
Темы дисциплины	**РАЗДЕЛ 1. Маркетинг транспортно-логистических услуг** Тема 1.1. Особенности маркетинга услуг в транспортно-логистической отрасли Тема 1.2. Дизайн сервисных бизнес-процессов **РАЗДЕЛ 2. Управление взаимоотношениями с покупателями** Тема 2.1. Методы маркетинговых исследований для информационного обеспечения дизайна инновационных процессов обслуживания покупателей Тема 2.2. Теоретические основы и программное обеспечение управления взаимоотношениями с покупателями транспортно-логистических компаний
Кафедра	Маркетинга

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: формирование у магистрантов теоретической базы для понимания концептуальных и методических основ маркетинга услуг транспортно-логистической компании, а также развитие практических навыков дизайна инновационных процессов обслуживания покупателей.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с основными особенностями маркетинга услуг в транспортно-логистической отрасли;
- рассмотреть концептуальные, теоретические и методические основы дизайна сервисных бизнес-процессов на основе проведения количественных и качественных маркетинговых исследований;
- сформировать маркетинговый подход к управлению взаимоотношениями с покупателями.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина Б1.В.06 «Маркетинг услуг и управление взаимоотношениями с покупателями транспортно-логистической компании» относится к обязательным дисциплинам вариативной части Блока 1, является обязательной для освоения обучающимся после выбора обучающимся направленности (профиля) программы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ООП

Код и наименование компетенции выпускника	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-4: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных	*Третий уровень (продвинутый) (ПК-4)-3*	**Знать:** концептуальные и методические основы управления взаимоотношениями с клиентами транспортно-логистической компании, дизайна услуг / маркетинга инноваций **Уметь:** проводить качественные и количественные исследования для формирования оптимальной системы

исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения		маркетинга услуг транспортно-логистической компании, проектировать инновационные процессы обслуживания **Владеть:** навыками разработки и реализации маркетинговой поддержки программ организационного развития и изменений на основе качественных и количественных исследований
ПК-9 – способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	*ПК-9*	**Знать:** теоретические модели исследуемых управленческих процессов, явлений и объектов, основы составления плана и выбора метода исследований **Уметь:** разрабатывать концептуальную модель исследования, составлять дизайн научного исследования, интерпретировать результаты исследования, разрабатывать практические рекомендации для коммерческих и некоммерческих организаций на глобальном рынке по результатам научных исследований **Владеть:** методами планирования и разработки научных исследований, а также оценивания новизны и ограничений полученных результатов исследования

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 4 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по заочной форме обучения представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины (очная форма обучения)

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)				Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации
	Контактная работа			СРО	
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР		
1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*
Раздел 1. Маркетинг транспортно-логистических услуг	2	7	-	55	

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)				Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации
	Контактная работа			СРО	
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР		
Тема 1.1. Особенности маркетинга услуг в транспортно-логистической отрасли	1	1	-	25	Текущий контроль
Тема 1.2. Дизайн сервисных бизнес-процессов	1	6	-	30	Рубежный контроль
Раздел 2. Управление взаимоотношениями с покупателями	2	9	-	69	
Тема 2.1. Методы маркетинговых исследований для информационного обеспечения дизайна инновационных процессов обслуживания покупателей	1	5	-	30	Текущий контроль
Тема 2.2. Теоретические основы и программное обеспечение управления взаимоотношениями с покупателями транспортно-логистических компаний	1	4	-	39	Рубежный контроль
Всего по дисциплине:	**4**	**16**	**-**	**124**	**Экзамен**

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1. Маркетинг транспортно-логистических услуг

Тема 1.1. Особенности маркетинга услуг в транспортно-логистической отрасли

Отличительные характеристики маркетинга услуг: модель IHIP. Маркетинговая интерпретация качества услуг: понятия технического и функционального качества. Модель формирования удовлетворенности потребителя как соответствия его ожиданий и реальности. Понятие и структура расширенного сервисного предложения применительно к транспортно-логистической отрасли.

Тема 1.2. Дизайн сервисных бизнес-процессов

Виды сервисных инноваций. Основные заинтересованные стороны в дизайне услуг. Интеграция потребителя в процессы дизайна. Модели для структурирования процессов проектирования инновационных услуг. Проектирование качества сервисных процессов. Модель QFD. Стандарты сервисных процессов.

РАЗДЕЛ 2. Управление взаимоотношениями с покупателями

Тема 2.1. Методы маркетинговых исследований для информационного обеспечения дизайна инновационных процессов обслуживания покупателей

Качественные и количественные исследования для формирования оптимальной системы маркетинга услуг транспортно-логистической компании. Концептуальная модель, дизайн, интерпретация результатов, оценка новизны и результатов исследования.

Методика глубинного интервью и фокус-группы. Модель «5 Почему?». Карта заинтересованных сторон. Карта пути потребителей. Менеджмент ожиданий потребителей. Проектирование взаимодействия с клиентами и точек интеграции.

Тема 2.2. Теоретические основы и программное обеспечение управления взаимоотношениями с покупателями транспортно-логистических компаний

Концептуальные и методические основы управления взаимоотношениями с клиентами транспортно-логистической компании. Расчет стоимости жизненного цикла покупателя. Программное обеспечение для управления взаимоотношениями с клиентами транспортно-логистических компаний.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Наименование оценочных средств
1.1	Выявление тенденций развития маркетинга услуг в транспортно-логистической отрасли	СЗ / Дебаты
1.2	Модель проектирования качества процессов. QFD.	ПЗ
1.2	Проектирование процессов обслуживания и системы цен	ПЗ / Кейс
2.1	Карта заинтересованных сторон. Ментальная карта.	ПЗ
2.1	Дизайн маркетингового исследования покупателей транспортно-логистических услуг	ПЗ / Практическая ситуация
2.2	Управление лояльностью покупателей	ПЗ
2.2	Принципы построения и критерии выбора CRM систем	ПЗ / Практическая ситуация

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- учебником, учебными пособиями, методическими разработками по данной дисциплине;

- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

В процессе занятий лекционного типа:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратится к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

В процессе занятий семинарского типа:

- активно участвовать в обсуждаемых проблемах;
- выполнять поставленные преподавателем задачи, выполнять задания;
- представлять результаты самостоятельной работы по курсу.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2-х недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

В процессе выполнения самостоятельной работы:

- работать с основной и дополнительной литературой по дисциплине, электронными ресурсами, посвященными маркетинговой проблематике;
- изучить конспект лекций
- выполнять поставленные преподавателем письменные задания: контрольные работы, презентации и готовиться к устному докладу
- готовиться к промежуточной аттестации (экзамену).

На занятиях лекционного типа обучающийся получает основной объем информации по каждой теме**:**

- основные понятия, термины;
- даются вопросы для обсуждения;
- обзор основных литературных источников (для возможного самостоятельного изучения материала).

Занятия семинарского типа являются одним из основных видов учебных практических занятий, состоящих в обсуждении обучающимися предложенной заранее темы, а также сообщений, докладов, рефератов, выполненных ими по результатам учебных исследований.

Для подготовки к семинару необходимо:

- внимательно прочитать конспект лекции по данной тематике;
- ознакомиться с соответствующим разделом учебника/ учебного пособия;
- проработать дополнительную литературу и источники;
- решить задачи и выполнить другие письменные задания.

Кроме семинаров проводятся также практические занятия, выполняющие целый спектр различных задач: решение расчетных задач, анализ кейсов – конкретных ситуаций.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к экзамену.
2	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к решению кейса. Подготовка к экзамену.
3	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к экзамену.
4	Подготовка к проверке знаний по теме. Сбор материалов по практической ситуации. Подготовка к экзамену.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1, обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Маркетинг услуг и управление взаимоотношениями с покупателями транспортно-логистической компании» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

– проблемная лекция (темы №№ 1, 4);
– анализ конкретных ситуаций (темы №№ 3,4);
– кейс-технология (тема № 2);
– дебаты (тема № 1).

Проблемная лекция - характеризуется проблемным изложением

материала: преподаватель ставит вопрос или формулирует проблемную задачу и показывает варианты ответов или способов решения, а студенты наблюдают за поиском и определяют свое отношение к полученному материалу.

Анализ конкретных ситуаций - анализ предложенной ситуации, как совокупности фактов и данных, определяющих то или иное явление, имевшее место в практике, которым в ходе учебных занятий дается оценка.

Кейс-технология - включает порядок рассмотрения, анализа кейса, поиск и презентацию решения, выработку экспертной оценки, опирающейся на определенные критерии. Кейс – разновидность производственной или экономической ситуации, специально сформулированной преподавателем для анализа, решения, оценки обучающимися.

Дебаты – технология, представляющая собой особую форму дискуссии, которая проводится по определенным правилам. В то же время, дебаты – целенаправленный и упорядоченный, структурированный обмен идеями, суждениями, мнениями.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания	Основная/ доп. литература	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		печатные издания (кол-во)	электронные (наименование ресурсов)
1. Соловьева, Ю.Н. Маркетинг услуг : учебное пособие / Ю.Н.Соловьева, А.Ю.Курочкина ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра маркетинга .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2015 .— 126 с. : ил., табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	Осн.	45	ЭБ OPAC.UNECON.RU
2. Курочкина, А.Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 172 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль)	Осн.	-	ЭБС Юрайт
3. Маркетинг услуг : практикум / М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. экон. ун-т, Каф. маркетинга ; [сост.: А.А.Белостоцкая, Н.В.Жуков, Ф.Х.Ишметьева] .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014 .— 62 с. : ил., табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	Доп.	15	ЭБ OPAC.UNECON.RU

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД

1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего

обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины.