

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой ТТПП

_____ В.Г. Попов

«__» _____ 20__ г

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

дисциплина: Ценность клиентского опыта

направление подготовки: 19.03.01 Биотехнология

направленность (профиль): Биотехнологии в индустрии питания

форма обучения: очная

Фонд оценочных средств разработан для обучающихся по направлению подготовки 19.03.01 Биотехнология, направленность (профиль): Биотехнологии в индустрии питания

Фонд оценочных средств рассмотрен на заседании кафедры Товароведения и технологии продуктов питания
Протокол № 6 от 18.01.2024 г.

1. Результаты обучения по дисциплине

Таблица 1.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК) ¹	Код и наименование результата обучения по дисциплине
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осознает функции и роли членов команды, собственную роль в команде	Знать (З1): нормативную модель командообразования
		Уметь (У1): проводить анализ поставленной цели и функций команды
		Владеть (В1): методиками разработки цели, функциями и методами предоставления обратной связи.
	УК-3.2. Устанавливает контакты в процессе социального взаимодействия	Знать (З2): основные понятия и технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, методы решения конфликтных ситуаций
		Уметь (У2): устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе
		Владеть (В2): простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде
УК-3.3. Выбирает стратегию поведения в команде в зависимости от условий	Знать (З3): Динамику индивидуальных различий в реагировании	
	Уметь (У3): осуществлять связность в команде и терпимость к авторитаризму	
	Владеть (В3): источниками распознавания состояний партнера, способами интерпретации в межличностном восприятии	
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	Знать (З4): теоретические основы коммуникативной культуры необходимые для обмена деловой информацией в письменной и устной форме (на государственном языке)
		Уметь (У4): объяснять выбор нормативных вариантов (на государственном языке)
		Владеть (В4): навыками грамотной устной и письменной речи, необходимые для обмена информации на государственном языке
	УК-4.2. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке	Знать (З5): теоретические основы коммуникативной культуры необходимые для обмена деловой информацией в письменной и устной форме (на иностранном языке)
		Уметь (У5): объяснять выбор нормативных вариантов (на иностранном языке)
		Владеть (В5): навыками грамотной устной и письменной речи, необходимые для обмена информации на иностранном языке
	УК-4.3. Использует современные информационно-коммуникационные средства в процессе деловой коммуникации	Знать (З6): коммуникативные характеристики речи
		Уметь (У6): отбирать языковые средства в разных ситуациях общения
		Владеть (В6): навыками употребления речевых единиц в процессе развития коммуникативного акта

2. Формы аттестации по дисциплине

Формой промежуточной аттестации по учебной дисциплине является зачет.

Способ проведения промежуточной аттестации: письменный зачет.

2.2. Формы текущей аттестации:

Таблица 2.1

№ п/п	Форма обучения		
	ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	устный опрос, защита отчета по практическим работам	устный опрос, защита отчета по практическим работам	-
2	устный опрос, защита отчета по практическим работам	устный опрос, защита отчета по практическим работам	-
3	собеседование, защита отчета по практическим работам	собеседование, защита отчета по практическим работам	-
4	собеседование, защита отчета по практическим работам	собеседование, защита отчета по практическим работам	-
5	собеседование, защита отчета по практическим работам	собеседование, защита отчета по практическим работам	-
6	собеседование, защита отчета по практическим работам	собеседование, защита отчета по практическим работам	-
7	устный опрос, защита отчета по практическим работам	устный опрос, защита отчета по практическим работам	-
8	устный опрос, защита отчета по практическим работам	устный опрос, защита отчета по практическим работам	-
9	устный опрос, защита отчета по практическим работам	устный опрос, защита отчета по практическим работам, защита контрольной работы	-

3. Результаты обучения по дисциплине, подлежащие проверке при проведении текущей и промежуточной аттестации

Таблица 3.1

№ п/п	Структурные элементы дисциплины		Код результата обучения по дисциплине	Оценочные средства	
	Номер раздела	Дидактические единицы (предметные темы)		Текущая аттестация	Промежуточная аттестация
1	1	Введение в дисциплину	УК-3.2.У2,УК-3.2.В2 УК-3.3.У3,УК-3.3.В3	Вопросы к устному опросу, отчет по практической работе №1	Вопросы к устному опросу
2	2	Коммуникация цены и ценности	УК-3.2.32 УК-4.1.У2, УК-4.1.В1 УК-4.2.32, УК-4.2.У2, УК-4.2.В2	Вопросы к устному опросу, отчет по практической работе №2, выполнение и защита задания №1	Вопросы к устному опросу
3	3	Эволюция клиентоориентированности	УК-3.1.31, УК-3.1.У2 УК-3.2.У2, УК-3.2.В2 УК-4.3.У3, УК-4.3.В3	Вопросы к устному опросу, отчет по практической работе №3, выполнение и защита задания №2	Вопросы к устному опросу
4	4	Сотрудник, как ключевое звено в формировании	УК-3.1.31, УК-3.1.У2, УК-3.2.У2, УК-3.2.В2 УК-4.3.У3,	Вопросы к устному опросу,	Вопросы к устному опросу

№ п/п	Структурные элементы дисциплины		Код результата обучения по дисциплине	Оценочные средства	
	Номер раздела	Дидактические единицы (предметные темы)		Текущая аттестация	Промежуточная аттестация
		клиентского опыта	УК-4.3.В3	отчет по практической работе №3, выполнение и защита задания №3	
5	5	Портрет клиента и метод персона-модель	УК-3.2.У2, УК-3.2.В2 УК-4.2.32, УК-4.2.У2, УК-4.2.В2	Вопросы к устному опросу, отчет по практической работе №4, выполнение и защита задания №4	Вопросы к устному опросу
6	6	Стандарты взаимодействия с клиентами и сотрудниками	УК-3.1.31, УК-3.1.У2, УК-3.2.32, УК-3.2.У2, УК-3.2.В2, УК-4.3.У3, УК-4.3.В3	Вопросы к устному опросу, отчет по практической работе №5, выполнение и защита задания №5	Вопросы к устному опросу
7	7	Традиционные методы управления клиентским опытом	УК-3.1.31, УК-3.1.У2, УК-3.2.32, УК-3.2.У2, УК-3.2.В2, УК-4.3.У3, УК-4.3.В3	Вопросы к устному опросу, отчет по практической работе №6, выполнение и защита задания №6	Вопросы к устному опросу
8	8	Инновационные и цифровые методы управления клиентским опытом	УК-3.3.33, УК-3.3.У3, УК-3.3.В3, УК-4.3.33, УК-4.3.У3, УК-4.3.В3	Вопросы к устному опросу, отчет по практической работе №7, выполнение и защита задания №7	Вопросы к устному опросу
9	9	Ключевые точки контакта с пользователями. Карта клиентского пути	УК-3.1.31, УК-3.1.У2, УК-3.2.32, УК-3.2.В2, УК-3.2.У2, УК-3.3.33, УК-3.3.У3, УК-3.3.В3, УК-4.3.33, УК-4.3.У3, УК-4.3.В3	Вопросы к устному опросу, отчет по практической работе №8, выполнение и защита задания №8	Вопросы к устному опросу

4. Фонд оценочных средств

4.1. Фонд оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по дисциплине, включает в себя оценочные средства для текущей аттестации и промежуточной аттестации.

4.2. Фонд оценочных средств для текущей аттестации включает:

- Перечень вопросов для практической работы №1 (собеседование);

- Перечень вопросов для практической работы №2 (собеседование);
- Перечень вопросов для практической работы №3 (собеседование);
- Перечень вопросов для практической работы №4 (собеседование);
- Перечень вопросов для практической работы №5 (собеседование);
- Перечень вопросов для практической работы №6 (собеседование);
- Перечень вопросов для практической работы №7 (собеседование);
- Перечень вопросов для практической работы №8 (собеседование);
- Комплект типовых заданий для практической работы по дисциплине;
- Перечень вопросов к зачету

Задания к практической работе

Перечень вопросов для практической работы №1 (собеседование)

по теме «Выявление конкурентных преимуществ предприятия»

- 1) Что такое клиентский опыт (customerexperience)?
- 2) Взаимосвязь с клиентом. Как можно заинтересовать клиента?
- 3) Роль и место системы управления клиентским опытом в системе менеджмента и элементы системы.
- 4) Какие способы создания конкурентного преимущества на основе превосходного клиентского сервиса.
- 5) Какие основные тренды в управлении клиентским опытом в современном мире?
- 6)

Оценка результатов практической работы (собеседования):

Обучающемуся задаются в ходе собеседования четыре вопроса из представленного перечня, ответы на которые оцениваются по следующим критериям:

2 балл – точность ответа;

0,5 балла – логичность ответа.

Полученные баллы за каждый ответ суммируются.

Задания и вопросы для защиты практической работы

по теме «Выявление конкурентных преимуществ предприятия»

Цель работы: изучить, что такое клиентский опыт (customerexperience)

Ход работы:

1. Изучить историю клиентского опыта и основные понятия дисциплины.
2. Изучить конкурентные способности предприятия.
3. Выбрать предприятие и изучить конкурентные преимущества.
4. Представить на обсуждении

Контрольные вопросы:

1. Что такое клиентский опыт?
2. Конкуренция предприятия важна? Почему?
3. В чем могут проявляться конкурентные преимущества?

Оценка результатов защиты практической работы:

Баллы, выставляемые за защиту практической работы, рассчитываются как сумма баллов по следующим критериям:

2 балла – полнота выполнения задания практической работы;

2 балла – точность ответов на контрольные вопросы;

1 балл – логичность ответов на контрольные вопросы.

Перечень вопросов для практической работы №2 (собеседование)

по теме «Разработка четырех Р на разные виды предприятий»

- 1) Как связаны между собой цена и ценность продукта?
- 2) Влияет ли изменение цены на изменение ценности продукта?
- 3) Какой смысл можно вкладывать в понятие «ценность» и что это может означать с точки зрения маркетинга?
- 4) Смыслы, которые вкладывают в эти слова (цена и ценность) покупатели и продавцы полностью совпадают или могут различаться?
- 5) Может ли продавец/маркетолог заранее знать ответ на вопрос: какую ценность создает для конкретного покупателя предлагаемые их компанией продукты?
- б) Снижение цен автоматически увеличивает ценность данных продуктов для потенциальных потребителей?

Оценка результатов практической работы (собеседования):

Обучающемуся задаются в ходе собеседования четыре вопроса из представленного перечня, ответы на которые оцениваются по следующим критериям:

2 балла – точность ответа;

0,5 балла – логичность ответа.

Полученные баллы за каждый ответ суммируются.

Задания и вопросы для защиты практической работы

по теме «Разработка четырех Р на разные виды предприятий»

Цель работы: Изучение коммуникации понятий цена и ценность для потребителя и маркетолога.

Ход работы:

1. Изучить понятие ценность и цена.
2. Изучить четыре Р маркетинга.
3. Провести моделирование четырех Р маркетинга.

4. Оформить и представить.

Контрольные вопросы:

1. Что такое цена и ценность?
2. В чем отличие цены от ценности?
3. Назовите основные показатели модели 4-х P?
4. Как цена может повлиять на покупательскую способность?

Оценка результатов защиты практической работы:

Баллы, выставляемые за защиту практической работы, рассчитываются как сумма баллов по следующим критериям:

2 балла – полнота выполнения задания лабораторной работы; 2 балла – точность ответов на контрольные вопросы;

1 балл – логичность ответов на контрольные вопросы.

Перечень вопросов для практической работы №3 (собеседование)

по теме «Взаимодействие и коммуникации между начальником и подчиненным. Внутренние и внешние коммуникации компании»

- 1) Что такое клиентоориентированность?
- 2) Как сформировать клиентоориентированность у своего персонала?
- 3) Без каких элементов невозможен клиентоориентированный подход?
- 4) Какие выгоды несет за собой клиентоориентированный подход?
- 5) Какие подходы помогут оценить клиентоориентированность компании?
- 6) Какие проблемы и «разрывы» могут возникнуть в системе клиентоориентированности компании?
- 7) Особенности внешних и внутренних коммуникаций на каждом этапе развития компании.
- 8) Что такое Softskills?
- 9) Кто является ключевым звеном в формировании клиентского опыта?
- 10) Какие существуют управленческие навыки?
- 11) 7 основных принципов клиентского сервиса.
- 12) Мотивация как фактор развития предприятия.

Оценка результатов практической работы (собеседования):

Обучающемуся задаются в ходе собеседования четыре вопроса из представленного перечня, ответы на которые оцениваются по следующим критериям:

2 балл – точность ответа;

0,5 балла – логичность ответа.

Полученные баллы за каждый ответ суммируются.

Задания и вопросы для защиты практической работы

по теме «Взаимодействие и коммуникации между начальником и подчиненным. Внутренние и внешние коммуникации компании»

Цель работы: Изучение клиентоориентированности, как фактора успеха деятельности предприятия.

Ход работы:

1. Изучить понятие и их взаимосвязь.
2. Разделиться на группы и представить ролевую игру о взаимодействии работников и клиентов.

Контрольные вопросы:

1. Что такое клиентоориентированность?
2. В чем отличие внутренних и внешних коммуникаций в компании?
3. Важна ли мотивация для успешной работы предприятия?
4. Этапы развития компании?

Оценка результатов защиты практической работы:

Баллы, выставляемые за защиту практической работы, рассчитываются как сумма баллов по следующим критериям:

2 балла – полнота выполнения задания лабораторной работы;

2 балла – точность ответов на контрольные вопросы;

1 балл – логичность ответов на контрольные вопросы.

Перечень вопросов для практической работы №4 (собеседование)

по теме «Создание модели идеального покупателя и идеального работника»

- 1) Что такое портрет потребителя?
- 2) Как создать портрет покупателя?
- 3) Попробовать составить персону покупателя?
- 4) Процесс создания модели покупателя.
- 5) Типичные ошибки, допускаемые при создании модели покупателя.
- 6) Создание карты эмпатии.

7) Какую нужно собирать информацию о пользователях?

8) Когда применять данный метод?

Оценка результатов практической работы (собеседования):

Обучающемуся задаются в ходе собеседования четыре вопроса из представленного перечня, ответы на которые оцениваются по следующим критериям:

2 балл – точность ответа;

0,5 балла – логичность ответа.

Полученные баллы за каждый ответ суммируются.

Задания и вопросы для защиты практической работы

по теме «Создание модели идеального покупателя и идеального работника»

Цель работы: Создание модели идеального покупателя и идеального работника.

Ход работы:

1. Изучить понятие и их взаимосвязь.
2. Сформировать основные данные портрета идеального клиента.
3. Представить информацию в формате мозгового штурма.

Контрольные вопросы:

1. Объясните понятие идеального покупателя?
2. Какие методы существуют при создании модели клиента?
3. Эмпатия как основа работы с клиентом.
4. Что такое интервью и экспресс-интервью?

Оценка результатов защиты практической работы:

Баллы, выставляемые за защиту практической работы, рассчитываются как сумма баллов по следующим критериям:

2 балла – полнота выполнения задания лабораторной работы;

2 балла – точность ответов на контрольные вопросы;

1 балл – логичность ответов на контрольные вопросы.

Перечень вопросов для практической работы №5 (собеседование)

по теме «Разработка стандартов внутри компании и при взаимодействии с клиентами»

- 1) Что такое стандарты во взаимодействии с клиентом?
- 2) В чем особенность данных стандартов?
- 3) Классические стандарты. Стандарты российских и международных компаний.
- 4) Стандарты розничных сетей.

- 5) Стандарты медиа компаний.
- 6) Стандарты индустрии красоты и здоровья.
- 7) Публичные стандарты сервиса.

Оценка результатов практической работы (собеседования):

Обучающемуся задаются в ходе собеседования четыре вопроса из представленного перечня, ответы на которые оцениваются по следующим критериям:

2 балл – точность ответа;

0,5 балла – логичность ответа.

Полученные баллы за каждый ответ суммируются.

Задания и вопросы для защиты практической работы

по теме «Разработка стандартов внутри компании и при взаимодействии с клиентами»

Цель работы: Разработка стандартов внутри компании и при взаимодействии с клиентами.

Ход работы:

1. Изучить стандарты российских и зарубежных компаний.
2. Выбрать предприятие.
3. Сформировать основные стандарты для данного предприятия.
4. Представить проект в формате презентации.

Контрольные вопросы:

1. Необходимы ли стандарты в работе предприятия?
2. Необходимы ли стандарты в работе с клиентами?
3. Необходимо ли менять классические стандарты на современные?
4. Как разработать стандарты?

Оценка результатов защиты практической работы:

Баллы, выставляемые за защиту практической работы, рассчитываются как сумма баллов по следующим критериям:

2 балла – полнота выполнения задания лабораторной работы;

2 балла – точность ответов на контрольные вопросы;

1 балл – логичность ответов на контрольные вопросы.

Перечень вопросов для практической работы №6 (собеседование)

по теме «Разработка маркетинговых исследований, разработка опросов для определения удовлетворенности потребителя»

- 1) Сущность метода контрольных закупок.

2) Методика разработки индекса лояльности.

3) Методика разработки индекса удовлетворенности клиентов.

4) Преимущества и ограничения каждого метода. Количественные и качественные исследования.

5) Важность проведения маркетинговых исследований.

6) Методы управления клиентским опытом.

Оценка результатов практической работы (собеседования):

Обучающемуся задаются в ходе собеседования четыре вопроса из представленного перечня, ответы на которые оцениваются по следующим критериям:

2 балл – точность ответа;

0,5 балла – логичность ответа.

Полученные баллы за каждый ответ суммируются.

Задания и вопросы для защиты практической работы

по теме «Разработка маркетинговых исследований, разработка опросов для определения удовлетворенности потребителя»

Цель работы: Разработка маркетинговых исследований, разработка опросов для определения удовлетворенности потребителя и решение ситуационных задач.

Ход работы:

1. Определить методику маркетинговых исследований
2. Разработать анкету и провести опрос в группе.
3. Исходя из проведенного опроса, рассмотреть проблемные ситуации во взаимосвязи с клиентом.
4. Предложить решение данных ситуационных задач

Контрольные вопросы:

1. Что такое маркетинг?
2. Необходимы ли проводить маркетинговые исследования?
3. Какие традиционные методы управления клиентским опытом вы знаете?
4. Методика маркетинговых исследований?

Оценка результатов защиты практической работы:

Баллы, выставляемые за защиту практической работы, рассчитываются как сумма баллов по следующим критериям:

2 балла – полнота выполнения задания лабораторной работы;

2 балла – точность ответов на контрольные вопросы;

1 балл – логичность ответов на контрольные вопросы.

Перечень вопросов для практической работы №7 (собеседование)

по теме «Решение вопросов по совершенствованию корпоративных сервисов и продуктов»

- 1) Важность инноваций в современном обществе.
- 2) Цифровые технологии. Упрощают или усложняют деятельность предприятия?
- 3) Зачем предприятию цифровизация?
- 4) Какие современные методы во взаимосвязи с клиентом существуют?
- 5) Важность индустриализации предприятия.

Оценка результатов практической работы (собеседования):

Обучающемуся задаются в ходе собеседования четыре вопроса из представленного перечня, ответы на которые оцениваются по следующим критериям:

2 балл – точность ответа;

0,5 балла – логичность ответа.

Полученные баллы за каждый ответ суммируются.

Задания и вопросы для защиты практической работы

по теме «Решение вопросов по совершенствованию корпоративных сервисов и продуктов»

Цель работы: Решение вопросов по совершенствованию корпоративных сервисов и продуктов и составить карту клиентского пути.

Ход работы:

1. Собрать информацию о клиенте.
2. Определить стадии, которые проходит клиент.
3. Определить цели, ожидания своего персонажа на каждом из этапов и точки контакта.
4. Определить барьеры и способы их преодоления.
5. Оформить и представить информацию.

Контрольные вопросы:

1. Какие существуют стадии прохождения клиента?
2. Какие существуют точки контакта с клиентом?
3. В чем необходимость определять ожидания клиента?
4. Как можно преодолеть барьеры во взаимодействии с клиентом?

Оценка результатов защиты практической работы:

Баллы, выставляемые за защиту практической работы, рассчитываются как сумма баллов по следующим критериям:

2 балла – полнота выполнения задания лабораторной работы;

2 балла – точность ответов на контрольные вопросы;

1 балл – логичность ответов на контрольные вопросы.

Перечень вопросов для практической работы №8 (собеседование)

по теме «Составление CustomerJourneyMap»

- 1) Точки контакта с клиентом.
- 2) Разновидности точек касания с клиентом.
- 3) 3 ключевых момента про точки контакта с клиентом.
- 4) Что такое Customer Journey Map (CJM)?
- 5) Какие инструменты CJM?
- 6) В чем необходимость разработки CustomerJourneyMap (CJM) для предприятия?

Оценка результатов практической работы (собеседования):

Обучающемуся задаются в ходе собеседования четыре вопроса из представленного перечня, ответы на которые оцениваются по следующим критериям:

2 балл – точность ответа;

0,5 балла – логичность ответа.

Полученные баллы за каждый ответ суммируются.

Задания и вопросы для защиты практической работы

по теме «Составление CustomerJourneyMap»

Цель работы: Уметь составлять CustomerJourneyMap.

Ход работы:

1. Обозначить цель и собрать информацию о клиенте.
2. Формирование портрета клиента.
3. Определение точек взаимодействия.
4. Определить барьеры и способы их преодоления.
5. Анализ составленной CJM.
6. Оформить и представить информацию в виде презентации.

Контрольные вопросы:

1. Как составление портрета клиента позволит предприятию улучшить работу?
2. В чем сущность составления CJM?
3. При анализе составленной CJM на что необходимо обращать внимание?
4. Зачем необходим пользовательский опыт?

Оценка результатов защиты практической работы:

Баллы, выставляемые за защиту практической работы, рассчитываются как сумма баллов по следующим критериям:

2 балла – полнота выполнения задания лабораторной работы;

2 балла – точность ответов на контрольные вопросы;

1 балл – логичность ответов на контрольные вопросы.

Составитель _____ Попов В.Г.

Комплект типовых заданий для практической работы по дисциплине

ЗАДАНИЕ 1

Чтобы Вы сделали в данной ситуации?

Вы работаете в компании 3 года и смогли подняться по карьерной лестнице, но в последнее время начали чувствовать, что достигли своего предела и решили поискать возможность для дальнейшего роста в другой компании. Вы ведете активные переговоры с новым работодателем, но еще не уволились с прежнего места работы. Слухи о том, что вы уходите, быстро распространились в вашем коллективе.

А) Так как слухи ходят уже давно, Вы подтвердите их и сообщите своим коллегам о том, что ведете переговоры с другим работодателем. Возможно, что после этого ваше руководство предложит повышение.

Б) Так как слухи уже распространились, Вы сообщите о своем решении уйти на другую работу непосредственному руководителю, и, пока Вы являетесь сотрудником компании, продолжаете работать в обычном режиме.

В) Так как слухи уже распространились, Вы будете уделять вашей работе меньше сил и времени и сконцентрируетесь на поиске новой работы.

Г) Слухи Вас не волнуют, еще ничего не решено и сообщите обо всем когда напишите заявление об увольнении.

ЗАДАНИЕ 2

Чтобы Вы сделали в данной ситуации? Необходимо выбрать лучший и худший вариант

Вас назначили менеджером отдела обслуживания клиентов в банке. Предыдущий менеджер был уволен из-за недовольства клиентов и снижения дисциплины сотрудников отдела, но никто не знает, что послужило этому причиной. Основная задача вашего назначения – изменить ситуацию.

	Лучший	Худший
А) Сначала поговорите со своими новыми сотрудниками и скажите, что необходимо менять сложившуюся ситуацию. Изучите подход к работе и проанализируете проблемы.		
Б) Срочно внесете корректировки в работу отдела, которые, по вашему мнению, положительно повлияют на мнение клиентов. Дадите понять, что Вы собираетесь взять полный контроль над ситуацией в свои руки и оставляете за собой право на		

проведение дополнительных мер.		
В) Соберете подчиненных и поставите перед ними цель – отдел должен стать лучшим через год. Поинтересуетесь, что могло стать причиной недовольства клиентов и снижение дисциплине в отделе. Скорректируете работу сотрудников.		
Г) В первую очередь выясните, кто нарушает дисциплину и уволите этих сотрудников, решив обе проблемы сразу.		

ЗАДАНИЕ 3

Чтобы Вы сделали в данной ситуации?

Вы руководитель небольшой компании. Во время обеденного перерыва Вы случайно услышали разговор подчиненных, смеявшихся над заказчиком, который вчера пожаловался на одного из них.

А) Ничего не будете предпринимать. Сотрудники могут уставать от общения с людьми. Им необходима возможность поделиться рабочими моментами, даже в шуточной форме.

Б) Подойдете, сделаете замечание и скажите, что нужно относиться серьезно к таким вещам и надеетесь, что такого не повторится.

В) На следующий день соберете подчиненных, обсудите лучшие варианты реакции на жалобы и найдете оптимальное решение.

Г) Направите данным сотрудникам электронное письмо, где сообщите об случившемся и скажите, что ожидаете от них более профессионального подхода.

ЗАДАНИЕ 4

Как бы Вы поступили в данной ситуации? Оцените уровень эффективности ответов.

Вы – руководитель отдела в компании сотовой связи. Вашему отделу обещали бонусы за перевыполнение плана в этом месяце. После того, как отдел выполнил условие, руководитель сказал, что у компании нет средств на выполнение обещания. Ваши подчиненные расстроились, продажи упали, некоторые сотрудники обратились лично, чтобы выразить свое недовольство.

	Очень неэффективно	Неэффективно	Немного эффективно	Эффективно	Очень эффективно
А) Встретитесь со своим начальником и выразите свое недовольство					
Б) Скажете работникам отдела, что понимаете их, но с данной ситуацией придется смириться и вернуться к своим обязанностям					
В) Организуете совещание, выразите благодарность за					

работу и пообещаете, что когда финансовое состояние организации станет лучше, Вы приложите все усилия, чтобы выдать обещанную премию					
Г) Проведете совещание с подчиненными, выразите собственное несогласие с данной ситуацией. Важно оказать поддержку					
Д) Вы считаете, что сотрудники неблагодарны и укажите на их ошибки					

ЗАДАНИЕ 5

Как лучше поступить в данной ситуации?

В должностные обязанности каждого работника вашего отдела входит ежедневное составление отчета о проделанной работе. Сотрудники считают эту задачу рутинной, но ответственно выполняют. После окончания рабочего дня они остаются и составляют отчет. Новый работник жалуется в процессе работы над отчетом. Он неплохо справляется с работой, но другие сотрудники также начали проявлять недовольство.

А) Объясните новому сотруднику, что его поведение влияет на мотивацию других и попросили бы его войти в положение. Затем обсудите с ним шаги, которые могли бы облегчить выполнение его задачи.

Б) Сообщите сотрудникам по электронной почте о их обязанностях. Заявите, что не потерпите жалоб.

В) На следующем собрании открыто обсудите данный вопрос с подчиненными и объясните всю важность выполнения отчетов. Скажите о беспокойстве отсутствия мотивации в коллективе.

Г) Поговорите наедине с сотрудником и скажите, что такое поведение недопустимо. Напомните о дисциплинарных мерах, если ситуация не изменится.

ЗАДАНИЕ 6

Вы получили информацию о дефекте в вашей продукции, связанном с риском для жизни и здоровья клиента. Выявлен всего один случай.

А) Отзовем всю продукцию, жизнь и здоровье важнее, денег, разбираться будем потом, когда вся продукция будет отозвана и риск того, что она окажется у клиента будет устранён. Кроме того, задержка может привести к серьёзным репутационным рискам, а это гораздо сложнее вернуть.

Б) Потребуем от дистрибьютора детальной информации – фотографии проблемы, номер партии, описание. Локализуем проблему во времени, заблокируем партию, выпустим временные инструкции по проверке перед продажей для дистрибьюторов, параллельно начнём разбираться в причинах. Нет смысла паниковать и делать отзыв продукции. Так бывает.

В) Одно изделие ни о чём не говорит, отзыв продукции не имеет смысла – это только потери для бизнеса. Возьмём проблему на контроль и начнём разбираться с ней только в случае повторного появления, необходимо иметь хоть какую-то статистику по проблеме иначе не о чем говорить. Так иногда случается, всегда есть ненулевая вероятность поломки

ЗАДАНИЕ 7

Вы решаете разработать и вывести на рынок новый продукт. Для этого:

А) Соберёте команду маркетологов и инженеров, устройте брейнсторм для оценки текущих тенденций и ваших технологических возможностей, запишите идеи и устройте голосование за лучшую и запустите в разработку. В любом случае, клиент не знает, что он хочет, ему всегда надо что-то предложить!

Б) Проведёте социологическое исследование с целью оценки ожиданий рынка, реальной потребности, целевой аудитории. Получите результаты и соберёте рабочую группу для разработки идеи конкурентного продукта в соответствии с потребностями рынка. Надо давать клиенту то, что он хочет, а не то, что мы хотим ему дать.

В) Предложите провести реверс инжиниринг успешной продукции конкурента, он успешно её продаёт. Немного нового дизайна и идём покорять рынок – мы же точно знаем, что это нужно клиентам, раз они уже покупают это.

ЗАДАНИЕ 8

Клиенты вашего ресторана недовольны обслуживанием и постоянно оставляют различные негативные отзывы. Ваши действия:

А) Замену менеджера – это его неудача

Б) Замену обслуживающий персонал – некоторые люди ни на что не способны

В) Оставлю всё, как есть – система не идеальна, но стабильно генерирует прибыль

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

4.3. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации включает:

Перечень вопросов к зачету (пример)
по дисциплине «Ценность клиентского опыта»

1) Вопрос:

Экономическая функция сферы услуг — деятельность, направленная на ...

Варианты ответа:

1. создание дополнительных благ в сфере материальных услуг
2. обеспечение безопасности и функционирования государства
3. увеличение прибыли

2) Вопрос:

Двухсторонний маркетинг предполагает маркетинговое взаимодействие между ...

Варианты ответа:

1. потребителями услуги и работниками сервисной организации
2. дирекцией фирмы и работником
3. клиентами сервисной организации

3) Вопрос:

Функции сферы услуг делятся на ...

Варианты ответа:

1. демографические
2. географические
3. экономические
4. социальные

4) Вопрос:

Внедрение высокой культуры обслуживания относится к ... маркетингу.

Варианты ответа:

1. внешнему
2. внутреннему

5) Вопрос:

Изучение потребностей и предпочтений клиентов каждого сегмента — это ...

Варианты ответа:

1. функция сферы услуг
2. функция маркетинга в сфере услуг
3. классификация услуг
4. маркетинговые исследования

6) Вопрос:

Виды информации, которые могут быть использованы при сборе первичных данных

Варианты ответа:

1. Информация отраслевых специализированных журналов
2. Результаты интервьюирования покупателей в предприятиях розничной торговли
3. Информация о результатах производственной и финансовой деятельности предприятий-производителей, публикуемая в различных справочных изданиях
4. Результаты почтовых опросов предприятий, потребителей продукции производственного назначения

7) Вопрос:

Набор источников и методических приемов, посредством которых руководители получают повседневную информацию о событиях, происходящих в коммерческой среде, входит в ...

Варианты ответа:

1. систему сбора внешней информации
2. собственную систему маркетингового исследования
3. систему анализа информации

8) Вопрос:

Наличие фирменного стиля в комплексе маркетинга относится к ...

Варианты ответа:

1. коммуникациям
2. материальным свидетельствам
3. процессу

9) Вопрос:

Социальная функция сферы услуг

Варианты ответа:

1. удовлетворение потребностей населения в различных видах обслуживания, обеспечение снижения затрат, улучшение условий труда в домашних хозяйствах, рациональное использование высвобожденного времени
2. обслуживание процесса производства материальных благ, создание дополнительных материальных благ путем производства на заказ предметов длительного пользования
3. деятельность, направленная на создание дополнительных благ в форме материальных услуг, а также деятельность обслуживающая процесс материального производства

10) Вопрос:

Маркетинговая информационная система – это ...

Варианты ответа:

1. совокупность отраслей, функциональное назначение которых в системе общественного производства выражается в производстве и реализации благ для населения
2. совокупность постоянно функционирующих приемов и ресурсов для сборов, классификации, анализа, оценки и распространения актуальной информации с целью ее использования для принятия эффективного маркетингового решения
3. система, основанная на использовании различных методов, комбинация которых помогает с выгодой использовать сильные стороны и компенсировать слабые

11) Вопрос:

Метод маркетинговых исследований, применяемый только при проведении исследований для сферы услуг

Варианты ответа:

1. экспертных оценок
2. критических событий
3. математико-прогностический

12) Вопрос:

Ценные взаимоотношения – это отношения с ... , которые финансово прибыльны для фирмы и которые потребитель считает выгодными.

Варианты ответа:

1. потребителями
2. посредниками
3. производителями услуг

13) Вопрос:

Не ценовое стимулирование продаж ...

Варианты ответа:

1. удерживает клиентов, делая их постоянными
2. привлекает различные социальные группы

3. вызывает сомнение в отношении качества

14) Вопрос:

Цель функционирования маркетинговой информационной системы

Варианты ответа:

1. сбор и анализ жалоб, предложений и комментариев потребителей
2. отбор источников информации
3. предоставление информации с заданными свойствами
4. определение порядков предоставления информации

15) Вопрос:

Направление маркетинговых исследований для сферы услуг, которому уделяется наибольшее внимание

Варианты ответа:

1. определение стратегий
2. удовлетворенность и лояльность клиента
3. установление цены

16) Вопрос:

Организация может одновременно реализовать несколько стратегий.

Варианты ответа:

1. может
2. не может
3. может, только если это многоотраслевая компания

17) Вопрос:

Организация, использующая принципы стратегического планирования, исходит из того, что

...

Варианты ответа:

1. окружение не будет меняться
2. в окружении не будет происходить качественных изменений
3. в окружении постоянно будут происходить изменения

18) Вопрос:

Цели организации должны ...

Варианты ответа:

1. задавать общие направления функционирования организации
2. четко и конкретно фиксировать конечное состояние
3. определять ресурсы организации

19) Вопрос:

Ключевые факторы при проведении анализа внешней среды для фабрики кондитерских изделий:

Варианты ответа:

1. экономические, политические, технологические
2. экологические, международные, экономические
3. социально-демографические, экономические, международные

20) Вопрос:

Выгодное географическое расположением предприятия является конкурентным преимуществом.

Варианты ответа:

1. да
2. нет

21) Вопрос:

Внешнее конкурентное преимущество достигается за счет товара.

Варианты ответа:

1. да
2. нет

22) Вопрос:

На принятие товара потребителем влияет ...

Варианты ответа:

1. конкурентное отличительное преимущество
2. сегментация товарного рынка
3. стратегия развития организации

23) Вопрос:

Для обеспечения конкурентоспособности товара на рынке самым важным фактором является его низкая цена.

Варианты ответа:

1. да
2. нет

24) Вопрос:

Решение по стратегии развития продуктовых линий может быть направлено на ...

Варианты ответа:

1. совершенствование упаковки товара
2. разработку товарного знака
3. модернизацию продуктовых линий
4. разработку бренда

25) Вопрос:

Первая стадия в разработке продукта

Варианты ответа:

1. управленческий анализ
2. конструирование
3. поиск идей
4. предварительная оценка и выбор идей

26) Вопрос:

Возможны варианты, когда низкая цена может оттолкнуть покупателя.

Варианты ответа:

1. да
2. нет

27) Вопрос:

Предприятие может пойти на временное снижение цен для реализации товарных запасов.

Варианты ответа:

1. да
2. нет

28) Вопрос:

Оптимизация системы товародвижения заключается в сокращении издержек обращения.

Варианты ответа:

1. да
2. только в случае продажи товаров низшего ценового сегмента
3. только в случае завоевания нового рынка
4. нет

29) Вопрос:

Бюджет маркетинга необходим для ...

Варианты ответа:

1. повышения рентабельности основной деятельности
2. сокращения потерь
3. реализации плана маркетинга в достижении целей предприятия
4. определения заработной платы работников службы маркетинга

30) Вопрос:

План маркетинга предприятия является ...

Варианты ответа:

1. частью бизнес-плана
2. отдельной стратегией
3. задачей предприятия
4. маркетинговой политикой предприятия.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

4.4. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации включает:

Перечень вопросов к зачету (пример)
по дисциплине «Ценность клиентского опыта»

- 1) Что такое клиентский опыт (customerexperience)?
- 2) Взаимосвязь с клиентом. Как можно заинтересовать клиента?
- 3) Сущность и происхождение понятия «менеджмент». Цели и задачи курса. История развития менеджмента.
- 4) Сущность понятий «управление» и «менеджмент», их сходство и отличие. Цели и задачи менеджмента.
- 5) Основные принципы и закономерности управления. Значение менеджмента в современном мире.
- 6) В чем суть управленческой деятельности и какие роли «играет» руководитель?
- 7) Коммуникационный процесс: понятие, элементы, виды.
- 8) Понятие коммуникации в менеджменте. Невербальные коммуникации.
- 9) Маркетинг взаимоотношений: понятие и цели.
- 10) Жизненный цикл взаимоотношений с клиентом.
- 11) Понятие клиентоориентированности.
- 12) Перечислите и охарактеризуйте предпосылки возникновения клиентоориентированного подхода.
- 13) Типологии клиентов в маркетинге.
- 14) Структура процесса оказания услуги клиенту.
- 15) Особенности подготовки персонала для взаимодействия с клиентами.
- 16) Коммуникации с клиентом. Формирование обратной связи.
- 17) Факторы, влияющие на эффективность продаж.
- 18) Условия возникновения конфликтной ситуации и меры по урегулированию конфликтов с потребителями.
- 19) Типы конфликтных клиентов и работы с конфликтными личностями в процессе продажи.
- 20) Техники корректного отказа, сообщения негативной информации, мягкого удержания инициативы в беседе и другие психологические приёмы, необходимые для общения с трудными клиентами.
- 21) Охарактеризуйте ценность, получаемую клиентом от компании, в чем она заключается?
- 22) Что выгоднее: привлекать новых или удерживать старых клиентов и почему?
- 23) Стратегии привлечения новых клиентов.
- 24) Эмпатия как основа работы с клиентом.

- 25) Что такое интервью и экспресс-интервью?
- 26) Технологии удержания клиентов.
- 27) Технология создания и управления клиентской базой.
- 28) Принципы разработки программ лояльности и оценка их эффективности.
- 29) Как составление портрета клиента позволит предприятию улучшить работу?
- 30) В чем сущность составления CJM?
- 31) Важность проведения маркетинговых исследований.
- 32) Методы управления клиентским опытом.
- 33) Что такое цена и ценность? В чем отличие цены от ценности?
- 34) Назовите основные показатели модели 4-х P?
- 35) Что такое Customer Journey Map (CJM)? Какие инструменты CJM?

Критерии оценки

- 91-100 баллов (зачтено) выставляется обучающемуся, если он владеет теоретическим материалом, отсутствуют ошибки при описании теории, формулирует собственные, самостоятельные, обоснованные, аргументированные суждения, представляет полные и развернутые ответы на дополнительные вопросы.

- 90-76 баллов (зачтено) выставляется обучающемуся, если он владеет теоретическим материалом, отсутствуют ошибки при описании теории, формулирует собственные, самостоятельные, обоснованные, аргументированные суждения, допуская незначительные ошибки на дополнительные вопросы.

- 75-61 баллов (зачтено) выставляется обучающемуся, если он владеет теоретическим материалом на минимально допустимом уровне, отсутствуют ошибки при описании теории, испытывает затруднения в формулировке собственных обоснованных и аргументированных суждений, допуская незначительные ошибки на дополнительные вопросы.

- менее 60 баллов (не зачтено) выставляется обучающемуся, если он практически не владеет теоретическим материалом, допуская грубые ошибки, испытывает затруднения в формулировке собственных суждений, не способен ответить на дополнительные вопросы.