Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Оренбургский государственный университет»**

Кафедра маркетинга и торгового дела

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

*«Б1.Д.В.Э.3.2 Клиентоориентированные коммуникации»*

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*
(код и наименование направления подготовки)

*Реклама и связи с общественностью в информационном обществе*
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
*Бакалавр*

Форма обучения
*Очная*

Год набора 2024

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.Э.3.2 Клиентоориентированные коммуникации*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга и торгового дела
*наименование кафедры*

протокол № 6 от "12" 02 2024 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга и торгового дела _____ О.М. Калиева
*наименование кафедры* *подпись* *расшифровка подписи*

*Исполнители:*
доцент _____ Н.В. Лужнова
*должность* *подпись* *расшифровка подписи*

доцент _____ Т.Ю. Димитрова
*должность* *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью _____ О.М. Калиева
*код наименование* *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
_____ С.А. Бикшимирова
*личная подпись* *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Ю.В. Рожкова
*личная подпись* *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Лужнова Н.В.., 2024
© Димитрова Т.Ю., 2024
© ОГУ, 2024

## 1 Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель** освоения дисциплины: формирование знаний, позволяющих создать целостное представление о клиентоориентированных коммуникациях со всеми участниками рекламного процесса.

**Задачи:**

- ознакомление с основными теоретическими положениями и принципами разработки клиентоориентированного подхода;
- изучение процесса разработки и внедрения клиентоориентированных коммуникаций со всеми участниками рекламного процесса,
- изучение процесса формирования благоприятного имиджа организации или личности;
- ознакомление с концепцией фирменного стиля продуктов или услуг, управления атрибутами бренда;
- получение практических навыков навыками создания и развития клиентоориентированных коммуникаций.

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.5 История России*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

## 3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

| Код и наименование формируемых компетенций | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций |
|---|---|---|
| ПК*-6 Способен поддерживать клиентоориентированные коммуникации со всеми участниками рекламного процесса, формировать благоприятный имидж организации или личности, разрабатывать концепцию фирменного стиля продуктов или услуг, управлять атрибутами бренда | ПК*-6-В-3 ПК-6-В-3 Владеет навыками создания и развития клиентоориентированных коммуникаций | **Знать:** содержание клиентоориентированных коммуникаций<br>**Уметь:**<br>поддерживать клиентоориентированные коммуникации со всеми участниками рекламного процесса, управлять атрибутами бренда<br>**Владеть:** навыками создания и развития клиентоориентированных коммуникаций |

## 4 Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

| Вид работы | Трудоемкость, академических часов | |
|---|---|---|
| | 3 семестр | всего |
| **Общая трудоёмкость** | **180** | **180** |
| **Контактная работа:** | **52,25** | **52,25** |
| Лекции (Л) | 18 | 18 |
| Практические занятия (ПЗ) | 34 | 34 |
| Промежуточная аттестация (зачет, экзамен) | 0,25 | 0,25 |
| **Самостоятельная работа:**<br>*- написание реферата (Р);*<br>*- написание эссе (Э);*<br>*- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;*<br>*- подготовка к практическим занятиям;*<br>*- подготовка к рубежному контролю* | **127,75** | **127,75** |
| **Вид итогового контроля** | **зачет** | |

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | всего | аудиторная работа | | | внеауд. работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | Поведение потребителей и удовлетворение потребностей | 60 | 6 | 12 | - | 42 |
| 2 | Содержание клиентоориентированного подхода в рекламе и связях с общественностью | 60 | 6 | 12 | - | 42 |
| 3 | Технологии клиентоориентированных коммуникаций | 60 | 6 | 10 | - | 44 |
| | Итого: | 180 | 18 | 34 | - | 128 |
| | Всего: | 180 | 18 | 34 | - | 128 |

### 4.2 Содержание разделов дисциплины

**Раздел 1 Поведение потребителей и удовлетворение потребностей**

Этапы коммуникативного процесса и критерии эффективного общения с потребителями. Моделирование поведения покупателей. Клиенты как ключевой бизнес-актив компании. Прицельный маркетинг: ответ на потребности клиентов в режиме реального времени. Ценность, получаемая клиентом. Удовлетворенность клиентов. Лояльность клиентов. Лестница лояльности клиентов. Модель оптимизации удержания клиентов. Методы оценки потребительской ценности.

**Раздел 2 Содержание клиентоориентированного подхода в рекламе и связях с общественностью**

Роль клиентоориентированного подхода в маркетинге. «Трансакционный маркетинг» и «маркетинг взаимоотношений». Принципы клиентоориентированного подхода. Понятие и компоненты клиентоориентированности. Факторы клиентоориентированности. Основы процесса формирования благоприятного имиджа организации или личности. Концепция фирменного стиля продуктов или услуг. Управление атрибутами бренда.

**Раздел 3 Технологии клиентоориентированных коммуникаций**

Технология процесса взаимодействия с клиентом. Технологии клиентоориентированных коммуникаций: CRM-системы, ERP-системы, системы электронного документооборота, виртуальные

ассистенты и чат-боты, технологии персонализации. Организация обратной связи с клиентом. Технологии работы с рекламациями. Установление контакта. Прием и обмен информацией. Особенности делового взаимодействия по телефону. Создание и аудит клиентской базы компании. Технологии управления клиентской базой.

### 4.3 Практические занятия (семинары)

| № занятия | № раздела | Тема | Кол-во часов |
|---|---|---|---|
| 1 | 1 | Этапы коммуникативного процесса и критерии эффективного общения с потребителями | 2 |
| 2 | 1 | Моделирование покупательского поведения | 2 |
| 3 | 1 | Процесс создания ценности | 2 |
| 4, 5, 6 | 1 | Методы оценки удовлетворенности клиентов | 6 |
| 7 | 2 | Анализ компонентов клиентоориентированности организации | 2 |
| 8 | 2 | Процесс развития клиентоориентированности организации | 2 |
| 9 | 2 | Основы процесса формирования благоприятного имиджа организации или личности | 2 |
| 10 | 2 | Концепция фирменного стиля продуктов или услуг. | 2 |
| 11 | 2 | Понятие бренда и управление атрибутами бренда | 2 |
| 12 | 2 | Построение программы повышения удовлетворенности и лояльности клиентов | 2 |
| 13 | 3 | Типы CRM-систем | 2 |
| 14 | 3 | Специфика использования систем электронного документооборота | 2 |
| 15 | 3 | Особенности использования виртуальных ассистентов и чат-ботов при взаимодействии с потребителями | 2 |
| 16 | 3 | Содержание технологий персонализации | 2 |
| 17 | 3 | Работа с рекламациями и возражениями клиентов | 2 |
| | | Итого: | 34 |

## 5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Основная литература

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс [Текст] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков; [Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации]. - Москва : Юрайт, 2019. - 474 с. : табл. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - На обл. и тит. л.: Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru. - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9916-3749-7.

### 5.2 Дополнительная литература

1. Современные потребительские тренды и удовлетворенность потребителя : монография / [под ред. О. К. Ойнер]. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 142 с. - ISBN 978-5-16-006115-3.

2. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 404 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698257 (дата обращения: 17.03.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04673-5. – Текст : электронный.

3. Тисенкова, О. А. Клиентоориентированные коммуникации и технологии [Электронный ресурс] : методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению

подготовки 38.04.02 Менеджмент / О. А. Тисенкова, О. М. Калиева; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. маркетинга, коммерции и рекламы. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 0.40 Мб). - Оренбург : ОГУ, 2018. - 34 с. - Загл. с тит. экрана. - Adobe Acrobat Reader 6.0. - Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/61689_20180119.pdf

**5.3 Периодические издания**

Маркетинг в России и за рубежом: журнал. 80963. - Москва : Финпресс. 2017, № 1-6, 2018, № 1-6, 2019, № 1-6, 2020, № 1-6, 2021, № 1-6, 2022, № 1-6, 2023, № 1-6, 2024, № 1.

Маркетинг и маркетинговые исследования: журнал. 47552. - Москва : Агентство "Роспечать". 2017,№ 1-2, 2018, № 1-4, 2019, № 1-4, 2020, № 1-4, 2021, № 1-4, 2022, № 1-4, 2023, № 1-4

Маркетинг : журнал. - Москва : Агентство "Роспечать", 2010, № 1-2,4-6, 2012, № 1-5, 2013. № 1-5, 2014, № 1-5, 2015. № 1-4.

Маркетолог : журнал. - Москва : Агентство "Роспечать", 2010, № 1-5,7, 2011, № 10-12, 2014, № 1-3,9, 2015, № 5-8,10-11.

Менеджмент в России и за рубежом: журнал. 38867. - Москва : Финпресс. – 2017, № 1-6, 2018, № 1-6, 2019, № 1-6, 2020, № 1-6, 2021, № 1-6, 2022, № 1-6, 2023, № 1-6, 2024. № 1.

Практический маркетинг : журнал. - Москва : Агентство "BCI Marketing", 2010, № 1-3,7-12, 2012, № 1-11, 2014, № 1-11, 2015. № 1-9, 2016, № 1-12, 2017, № 1-12.

**5.4 Интернет-ресурсы**

http://www.marketolog.ru – журнал «Маркетолог»
http://marketing.web-3.ru – тематический портал о маркетинге
http://obs.ru – портал «Открытая школа бизнеса»
http://www.advmarket.ru – электронный журнал по маркетингу «Advmarket»
http://www.sostav.ru – сайт о рекламе, маркетинге и PR
https://azconsult.ru/blog/ - все о маркетинге для малого бизнеса и фрилансеров
http://www.edu.ru - Российское образование. Федеральный портал.
http://rsl.ru/ - Российская государственная библиотека.
http://www.rasl.ru - Библиотека Академии Наук. БАН.
http://www.msu.ru/libraries/ - Научная библиотека МГУ.
http://hse.ru/ - Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет.
http://ecsocman.hse.ru/ - Научно-образовательный портал IQ ВШЭ.
http://glossary.ru/ - Служба тематических толковых словарей.
http:/www.budgetrf.ru - Мониторинг экономических показателей.
http:/www.businesspress.ru - статьи, пресс-релизы, новости, мероприятия, предложения, аналитика, консультации, интервью.
http:/www.rbc.ru – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера).

**5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1 Операционная система РЕД ОС
2 Пакет офисных приложений LibreOffice
3 Программная система для организации видео-конференц-связи MTS Link
4 Яндекс.Браузер - браузер, созданный компанией «Яндекс» на основе движка (бесплатная версия) Режим доступа: https://browser.yandex.ru.
5 Профессиональная база данных и рейтинги креативности агентств, эффективности коммуникационных агентств, Digital-агентств АКАР, эффективности медийных агентств, маркетинговых услуг Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), режим доступа: https://www.akarussia.ru/node/9307

6 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2024]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe

7 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2024]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe

## 6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.