

Автономная некоммерческая организация
дополнительного профессионального образования
«Корпоративный университет РЖД»

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ДПО
«Корпоративный университет РЖД»



Р.В. Баскин
2021г.

**Программа повышения квалификации
«Формирование культуры «ориентации на клиента» в компании»**

1. Цель реализации программы

Освоение слушателями теоретических знаний в сфере управления отношениями с внешними и внутренними клиентами организации и ознакомление с основами построения системы ориентации на клиентов в компании.

В соответствии с решением, закреплённым протоколом заседания правления ОАО «РЖД» № 25 от 13.05.2019 г., утверждено Положение о модели корпоративных компетенций ОАО «РЖД». В рамках программы повышения квалификации «Формирование культуры «ориентации на клиента» в компании» развиваются следующие корпоративные компетенции:

- управление клиентоориентированностью.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) у слушателей качественно изменяются следующие общепрофессиональные компетенции:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3).

2. Планируемые результаты обучения

По результатам прохождения программы повышения квалификации «Формирование культуры «ориентации на клиента» в компании» слушатели приобретут:

- знание особенностей стратегии клиентоориентированной организации;
- знание современных подходов к построению эффективных взаимоотношений с внешними и внутренними клиентами;
- знание методов формирования и развития клиентоориентированности у сотрудников;
- умение использовать методы исследования клиентской

удовлетворенности и клиентской лояльности;

– понимание роли корпоративной культуры в построении клиентоориентированной организации.

3. Содержание программы

Учебный план

Категории слушателей: руководители операционного, тактического и стратегического уровней управления по модели корпоративных компетенций «РЖД».

Нормативный срок освоения программы: 16 академических часов.

Продолжительность обучения по программе: в соответствии с согласованным календарным учебным графиком.

Форма обучения: заочная, с применением электронного обучения.

№ п/п	Наименование учебных разделов	Всего, ак.час.	В том числе				Проме- жуточ- ная аттеста- ция
			электрон. обучение	лекции, тренинги, семинары, индивид. консульта ции		стажиров- ки, практи- ческая, самостоя- тельная работа	
				дист.	ауд.		
1	Понятие клиентоориентирован- ности	0,5	0,5				
2	Стратегия клиентоориентирован- ной организации	1	1				
3	Клиентская удовлетворенность и клиентская лояльность	1	1				
4	Методы исследований удовлетворенности и	2	2				

	лояльности клиентов						
5	Клиентский опыт	2	2				
6	Клиентоориентированный сервис в точках контакта	1	1				
7	Внутренняя клиентоориентированность	1	1				
8	Внутренние коммуникации	2	2				
9	Корпоративная культура	1	1				
10	Удовлетворенность, лояльность, вовлеченность работников	2	2				
11	Клиентоориентированность как ключевая компетенция сотрудников	1	1				
12	Личностно-ориентированный подход в управлении компанией	1	1				
Итоговая аттестация		0,5	Тестирование				
Итого часов по программе		16	15,5				

Виды учебных занятий и учебных работ: самостоятельное освоение учебного материала с использованием электронного обучения.

Рабочая программа

№ п/п	Наименование учебных разделов и подразделов	Всего, ак.час.	В том числе				Проме- жуточ- ная аттеста- ция
			электрон. обучение	лекции, тренинги, семинары, индивид. консульта- ции		стажиров- ки, практи- ческая, самостоя- тельная работа	
				дист.	ауд.		
1	Понятие клиентоориентирован- ности	0,5	0,5				
1.1	Преимущества клиентоориентирован- ности для компании	0,25	0,25				
1.2	Актуальные тенденции развития клиентоориентирован- ного бизнеса	0,25	0,25				
2	Стратегия клиентоориентирован- ной организации	1	1				
2.1	Характеристики клиентоориентирован- ной стратегии	0,5	0,5				
2.2	Отличия компаний, ориентированных на продукт и на клиента	0,5	0,5				
3	Клиентская удовлетворенность и клиентская лояльность	1	1				
3.1	Этапы формирования лояльности	0,5	0,5				
3.2	Параметры клиентской	0,5	0,5				

	удовлетворенности						
4	Методы исследований удовлетворенности и лояльности клиентов	2	2				
4.1	Количественные методы	0,5	0,5				
4.2	Качественные методы	0,5	0,5				
4.3	Каналы сбора информации	0,5	0,5				
4.4	Мониторинг уровня удовлетворенности и лояльности клиентов	0,5	0,5				
5	Клиентский опыт	2	2				
5.1	Понятие клиентского опыта	0,5	0,5				
5.2	Три закона точек контакта	0,5	0,5				
5.3	Наблюдения за точками контакта	0,5	0,5				
5.4	Типология точек контакта	0,5	0,5				
6	Клиентоориентирован- ный сервис в точках контакта	1	1				
6.1	Понятие качественного сервиса	0,5	0,5				
6.2	Основные элементы сервис-менеджмента	0,5	0,5				
7	Внутренняя клиентоориентирован- ность	1	1				
7.1	Отличительные черты клиентоориентирован- ной компании	0,5	0,5				

7.2	Характеристики внутренней клиентоориентирован- ности	0,5	0,5				
8	Внутренние коммуникации	2	2				
8.1	Типология коммуникаций в организации	0,5	0,5				
8.2	Координация деятельности организации	0,5	0,5				
8.3	Коммуникационные проблемы организации и их последствия	0,5	0,5				
8.4	Развитие каналов взаимодействия с персоналом	0,25	0,25				
8.5	Принципы построения отношений между сотрудниками и поддерживающая коммуникация	0,25	0,25				
9	Корпоративная культура	1	1				
9.1	Понятие корпоративной культуры	0,5	0,5				
9.2	Корпоративные ценности	0,5	0,5				
10	Удовлетворенность, лояльность, вовлеченность работников	2	2				
10.1	Удовлетворенность	0,5	0,5				

	работников						
10.2	Основные теории мотивации	0,5	0,5				
10.3	Лояльность работников	0,5	0,5				
10.4	Вовлеченность работников	0,5	0,5				
11	Клиентоориентированность как ключевая компетенция сотрудников	1	1				
11.1	Основные элементы клиентоориентированности как компетенции	0,5	0,5				
11.2	Формирование клиентоориентированности у сотрудников	0,5	0,5				
12	Личностно-ориентированный подход в управлении компанией	1	1				
12.1	Отличительные черты личностно-ориентированного подхода	0,5	0,5				
12.2	Современные подходы к организации работы	0,5	0,5				
Итоговая аттестация		0,5	Тестирование				
Итого часов по программе		16	15,5				

4. Календарный учебный график

Календарный учебный график согласовывается с заказчиком дополнительно.

5. Формы аттестации, оценочные материалы и иные компоненты

По окончании программы предусмотрена итоговая аттестация в форме

тестирования, затрагивающая все учебные разделы программы. Процедура проведения и критерии оценивания итоговой аттестации представлены в Приложении 1.

6. Организационно-педагогические условия

6.1. Материально-технические условия реализации программы

Для прохождения обучения с применением электронного обучения применяется система дистанционного обучения АНО ДПО «Корпоративный университет РЖД».

Для успешного обучения с использованием электронного обучения в Корпоративном университете ОАО «РЖД» обучающимся необходимо соблюдать определенные требования к программному обеспечению персонального компьютера:

- подключение к сети Интернет со скоростью минимально 512 Кбит/с, доступ к сети по протоколам HTTP;
- на компьютере должен быть установлен комплект соответствующего программного обеспечения (ОС не ниже Windows XP).

6.2. Учебно-методическое обеспечение программы

Для реализации обучения используются:

- интерактивная инструкция (симуляция работы с Личным кабинетом) для слушателей Корпоративного университета РЖД;
- методическое пособие для слушателей «Правила работы с электронными курсами» (в электронном формате).

Список рекомендуемой литературы

1. Деминг У.Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. – М.: Альпина Паблишер, 2020.
2. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. – М.: Вильямс, 2017.
3. Имаи М. Гемба кайдзен. Путь к снижению затрат и повышению качества. – М.: Альпина Паблишер, 2019.
4. Ингильери Л., Соломон М. Выдающийся сервис, отличная прибыль. Принципы достижения настоящей клиентоориентированности. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

5. Катценбах Д., Смит Д. Командный подход. Создание высокоэффективной организации. – М.: Альпина Паблишер, 2018.
6. Кобьелл К. Искренний сервис. – М.: Альпина Паблишер, 2009.
7. Кокерелл Л. Всё для клиента. 39 правил незабываемого сервиса. – М.: Азбука Бизнес, 2014.
8. Кревенс Д. Стратегический маркетинг. – М.: Вильямс, 2017.
9. Лайкер Д., Хосеус М. Корпоративная культура Toyota. Уроки для других компаний. – М.: Альпина Паблишер, 2020.
10. Лалу Ф. Открывая организации будущего. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.
11. Лукичева Л. И., Егорычев Д. Н. Управленческие решения. – М.: Омега-Л, 2011.
12. Манн И., Турусин Д. Точки контакта. Простые идеи для улучшения вашего маркетинга. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019.
13. Марр Б. Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер. – М.: Лаборатория знаний, 2019.
14. Мэнтл Д. Компании, которые изменили мир. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
15. Недякин М. Искренний сервис. Как мотивировать сотрудников сделать для клиента больше, чем достаточно. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
16. Оуэн Р., Брукс Л. Сервис, который приносит прибыль. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.
17. Райхельд Ф., Марки Р. Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
18. Смирнов Ю. Клиентоориентированность как способ получения дополнительной прибыли. – М.: Флинта, 2013.
19. Хроменков И. 101 совет по организации сервиса компании. – М.: Альпина Паблишер, 2012.
20. Шоул Д. Первокласный сервис как конкурентное преимущество. – М.: Альпина Паблишер, 2017.
21. Шоул Д. Реальные полномочия. – М.: Альпина Паблишер, 2018.

7. Составители программы

Рабочая группа АНО ДПО «Корпоративный университет РЖД»:

– Ерофеева Е.А., начальник Центра информационных технологий;

- Булавкин И.А., заместитель начальника по дистанционному обучению Центра информационных технологий;
- Иванова Н.В., главный методист Центра информационных технологий;
- Киреева Е.И., ведущий методист по дистанционному обучению Центра информационных технологий.

Начальник Центра
информационных технологий

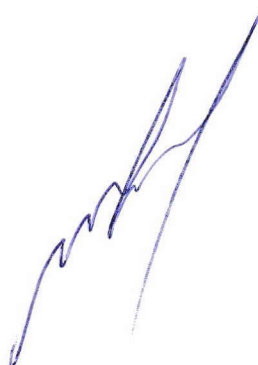


Е.А. Ерофеева

Программа повышения квалификации «Формирование культуры «ориентации на клиента» в компании» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Корпоративного университета РЖД и рекомендована к использованию в образовательном процессе.

Протокол заседания учебно-методической комиссии № 18 от 16 апреля 2021 года.

Заместитель директора
по научно-методической работе



А.В. Шобанов