

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 28.05.2026 14:36:15
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

**для текущего контроля успеваемости и
промежуточной аттестации обучающихся**

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.В.30 Управление клиентским сервисом в цепях поставок

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Логистика и управление цепями поставок

(наименование образовательной программы)

бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2025

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) ФОС:

*Ягнюк Ирина Михайловна., канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры
маркетинга и логистики*

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине (модулю) «Управление клиентским сервисом в цепях поставок»

1.1. Основные сведения о дисциплине (модуле)

Таблица 1

Характеристика дисциплины (модуля)
(сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	«Логистика и управление цепями поставок»
Количество разделов дисциплины	3
Часть образовательной программы	Б.1.В.30
Формы текущего контроля	устный опрос, тестовые задания, практические задания, доклад, реферат, контроль знаний по разделу, индивидуальные задания
<i>Показатели</i>	очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3 ЗЕТ
Семестр	8
Общая трудоемкость (академ. часов)	108
Аудиторная контактная работа:	50
Лекционные занятия	24
Консультации	2
Семинарские занятия	24
Самостоятельная работа	56
Катгэк	4
Форма аттестации	зачет

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

<i>ПК-1.2: Обладает навыками разработки эффективных схем организации товародвижения в цепи поставок, учитывая требования и особенности рынка</i>	
Знать:	
Уровень 1	структуру полного цикла заказа клиентов: основные проблемы и специфику управления им, особенности формирования и управления логистическим сервисом компаниями с различными видами деятельности
Уровень 2	основные принципы формирования стандарта услуг; смысл и логику проведения внутреннего и внешнего аудита обслуживания потребителей
Уровень 3	базовые положения модели «разрывов» в обслуживании потребителей с точки зрения логистики
Уметь:	
Уровень 1	проводить анализ клиентского сервиса при управлении материальными потоками в конкретной компании, в цепях поставок этой компании или в ее логистической сети
Уровень 2	находить возможные варианты решения выявленных проблем с логистическим сервисом применительно к конкретной ситуации
Уровень 3	применять на практике теоретические знания/ концепции/ принципы и положения управления клиентским сервисом для повышения эффективности функционирования логистической сети
Владеть:	
Уровень 1	выявлять проблемы в организации и реализации управления материальными потоками при управлении клиентским сервисом
Уровень 2	навыками поиска и применения инструментов и подходов для обеспечения рационального распределения товарно-материальных ценностей при доведении их до потребителя; формировать наиболее подходящий перечень логистических услуг с учетом имеющихся у компании ограничений; рационально использовать аутсорсинг логистических услуг
Уровень 3	обеспечивать координацию смежных служб при формировании и управлении клиентским сервисом

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства*
Раздел 1. Клиентский сервис: основные понятия, цели и задачи				
1	Тема 1.1. Клиентоориентированность, лояльность и клиентский опыт	8	ПК-1.2	устные ответы, тестовые задания, доклад
2	Тема 1.2. Элементы клиентского сервиса компании	8	ПК-1.2	устные ответы, тестовые задания, доклад
3	Тема 1.3. Структура и метрики клиентского сервиса	8	ПК-1.2	устные ответы, тестовые задания, доклад, контроль знаний по разделу
Раздел 2. Клиентский сервис в цепях поставок				
4	Тема 2.1. Обслуживание потребителей и управление заказами клиентов в цепях поставок	8	ПК-1.2	устные ответы, тестовые задания, доклад
5	Тема 2.2. Формирование системы логистического сервиса компании	8	ПК-1.2	устные ответы, тестовые задания, доклад
6	Тема 2.3. Эффективность обслуживания клиентов в цепях поставок	8	ПК-1.2	устные ответы, тестовые задания, доклад, контроль знаний по разделу
Раздел 3. Контроль качества клиентского сервиса в цепях поставок				
7	Тема 3.1. Способы контроля качества клиентского сервиса	8	ПК-1.2	устные ответы, тестовые задания, доклад
8	Тема 3.2. Использование современных технологий в клиентском сервисе	8	ПК-1.2	устные ответы, тестовые задания, доклад
9	Тема 3.3. Создание и аудит клиентской базы компании	8	ПК-1.2	устные ответы, тестовые задания, доклад, контроль знаний по разделу

РАЗДЕЛ 2.
ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
«Управление клиентским сервисом в цепях поставок»

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины (модуля).

Таблица 2.1.

Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы	Вид задания						
	ЛЗ	СЗ		Всего за тему	КЗР	Р	ИЗ*
		УО	ТЗ				
Р.1.Т.1.1	1	2	1	4	15	9	10
Р.1.Т.1.2	1	2	1	4			
Р.1.Т.1.3	1	2	1	4			
Р.2.Т.2.1	1	2	1	4	15		
Р.2.Т.2.2	1	2	1	4			
Р.2.Т.2.3	1	2	1	4			
Р.3.Т.3.1	1	2	1	4	15		
Р.3.Т.3.2	1	2	1	4			
Р.3.Т.3.3	1	2	1	4			
Итого: 100б	9	18	9	36	45	9	10

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

Д – доклад;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

Р – реферат;

ИЗ – индивидуальное задание

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале каждого семинарского/практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

РАЗДЕЛ 1. КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Тема 1.1. Клиентоориентированность, лояльность и клиентский опыт

1. Что означает понятие «клиентоориентированность» и как она влияет на бизнес?
2. Какие факторы формируют положительный клиентский опыт?
3. В чем разница между лояльностью и удовлетворенностью клиента?
4. Как можно измерить уровень лояльности клиентов?
5. Какие стратегии помогают повысить клиентскую лояльность?

Тема 1.2. Элементы клиентского сервиса компании

1. Какие основные элементы входят в структуру клиентского сервиса?
2. Как роль персонала влияет на качество клиентского сервиса?
3. Почему важна обратная связь от клиентов для сервиса?
4. Как технологии могут улучшить клиентский сервис?
5. Какие ошибки чаще всего встречаются в организации клиентского сервиса?

Тема 1.3. Структура и метрики клиентского сервиса

1. Какие ключевые показатели эффективности (KPI) применяются для оценки клиентского сервиса?
2. Как структурировать клиентский сервис для повышения его эффективности?

3. В чем заключается роль метрик в управлении качеством обслуживания?
4. Какие методы сбора данных используются для оценки клиентского сервиса?
5. Как анализ метрик помогает выявить слабые места в сервисе?

РАЗДЕЛ 2. КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

Тема 2.1. Обслуживание потребителей и управление заказами клиентов в цепях поставок

1. Какие задачи решает управление заказами в цепях поставок?
2. Как обслуживание клиентов влияет на эффективность цепи поставок?
3. Какие этапы включает процесс обработки заказа?
4. Какие риски могут возникнуть при управлении заказами?
5. Как повысить точность выполнения заказов в цепи поставок?

Тема 2.2. Формирование системы логистического сервиса компании

1. Какие компоненты входят в систему логистического сервиса?
2. Как логистический сервис влияет на удовлетворенность клиентов?
3. Какие критерии важны при выборе поставщиков логистических услуг?
4. Как оптимизировать процессы логистического сервиса?
5. Какие технологии применяются для управления логистическим сервисом?

Тема 2.3. Эффективность обслуживания клиентов в цепях поставок

1. Какие показатели используются для оценки эффективности обслуживания в цепях поставок?
2. Каковы основные факторы, влияющие на эффективность клиентского сервиса в логистике?
3. Какие методы повышения эффективности применяются в цепях поставок?
4. Как мониторинг и анализ данных помогают улучшить обслуживание клиентов?
5. В чем заключается роль автоматизации в повышении эффективности сервиса?

РАЗДЕЛ 3. КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

Тема 3.1. Способы контроля качества клиентского сервиса

1. Какие методы контроля качества клиентского сервиса применяются в цепях поставок?
2. Какова роль аудита в контроле качества сервиса?
3. Какие показатели качества наиболее важны для контроля?
4. Как проводить оценку удовлетворенности клиентов?

5. Какие инструменты помогают выявлять и устранять дефекты в сервисе?

Тема 3.2. Использование современных технологий в клиентском сервисе

1. Какие современные технологии применяются для улучшения клиентского сервиса?
2. Как цифровизация влияет на процессы обслуживания клиентов?
3. В чем преимущества использования CRM-систем?
4. Как автоматизация помогает снизить ошибки в обслуживании?
5. Какие технологии способствуют персонализации клиентского опыта?

Тема 3.3. Создание и аудит клиентской базы компании

1. Какие этапы включает создание клиентской базы?
2. Как обеспечить актуальность и полноту данных в клиентской базе?
3. В чем заключается аудит клиентской базы и зачем он нужен?
4. Какие риски связаны с неправильным ведением клиентской базы?
5. Как использование клиентской базы способствует улучшению сервиса и маркетинга?

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

Критерии оценивания. Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины «Маркетинговые исследования».

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

РАЗДЕЛ 1. КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Тема 1.1. Клиентоориентированность, лояльность и клиентский опыт

1. Что означает термин «клиентоориентированность»?
 - а) Ориентация компании на производство товаров
 - б) Ориентация компании на удовлетворение потребностей клиентов
 - в) Ориентация на снижение затрат
 - г) Ориентация на конкурентов

Правильный ответ: б

2. Что из перечисленного является ключевым фактором формирования лояльности клиентов?

- а) Высокая цена товара
- б) Регулярные скидки и акции
- в) Положительный клиентский опыт и доверие
- г) Ограниченный ассортимент

Правильный ответ: в

3. Какой показатель чаще всего используется для измерения лояльности клиентов?

- а) Коэффициент конверсии
- б) Индекс лояльности клиентов (NPS)
- в) Количество сотрудников
- г) Время работы магазина

Правильный ответ: б

4. Что такое клиентский опыт?

- а) Совокупность всех взаимодействий клиента с компанией
- б) Только качество товара
- в) Только скорость обслуживания
- г) Только цена продукта

Правильный ответ: а

5. Какая стратегия помогает повысить уровень клиентской лояльности?

- а) Игнорирование жалоб клиентов
- б) Персонализация обслуживания и внимание к клиенту
- в) Соккрытие информации о товаре
- г) Увеличение цен без улучшения качества

Правильный ответ: б

Тема 1.2. Элементы клиентского сервиса компании

1. Что НЕ относится к элементам клиентского сервиса?

- а) Качество обслуживания
- б) Обратная связь с клиентом
- в) Финансовая отчетность компании
- г) Удобство каналов коммуникации

Правильный ответ: в

2. Какую роль играет персонал в клиентском сервисе?

- а) Увеличивает издержки
- б) Влияет на качество взаимодействия с клиентом
- в) Не влияет на клиентский опыт
- г) Отвечает только за продажи

Правильный ответ: б

3. Почему важна обратная связь от клиентов?

- а) Для повышения цен
- б) Для улучшения качества сервиса и выявления проблем
- в) Для увеличения ассортимента
- г) Для снижения затрат

Правильный ответ: б

4. Как технологии влияют на клиентский сервис?

- а) Усложняют процесс обслуживания
- б) Позволяют автоматизировать и улучшить коммуникацию с клиентами
- в) Не имеют значения
- г) Увеличивают время ожидания

Правильный ответ: б

5. Что является частой ошибкой в организации клиентского сервиса?

- а) Быстрая обработка запросов
- б) Игнорирование жалоб клиентов
- в) Персонализация предложений
- г) Использование CRM-систем

Правильный ответ: б

Тема 1.3. Структура и метрики клиентского сервиса

1. Что такое КРІ в клиентском сервисе?

- а) Ключевые показатели эффективности
- б) Ключевые показатели инвестиций
- в) Ключевые показатели инноваций
- г) Ключевые показатели информации

Правильный ответ: а

2. Какую роль играют метрики в управлении клиентским сервисом?

- а) Помогают оценить качество обслуживания и выявить проблемы
- б) Увеличивают затраты
- в) Снижают продажи
- г) Не имеют значения

Правильный ответ: а

3. Какой из показателей относится к метрикам клиентского сервиса?

- а) Время обработки запроса
- б) Количество сотрудников
- в) Размер склада
- г) Цена товара

Правильный ответ: а

4. Что включает структура клиентского сервиса?

- а) Процессы, персонал, технологии и стандарты обслуживания
- б) Только персонал
- в) Только технологии
- г) Только маркетинг

Правильный ответ: а

5. Какой метод сбора данных часто используется для оценки клиентского сервиса?

- а) Опросы клиентов
- б) Анализ бухгалтерии
- в) Изучение конкурентов
- г) Производственный контроль

Правильный ответ: а

РАЗДЕЛ 2. КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

Тема 2.1. Обслуживание потребителей и управление заказами клиентов в цепях поставок

1. Что включает управление заказами в цепях поставок?

- а) Планирование и контроль выполнения заказов
- б) Только производство товара
- в) Только маркетинг
- г) Только складирование

Правильный ответ: а

2. Как обслуживание клиентов влияет на цепь поставок?

- а) Не влияет
- б) Повышает общую эффективность и удовлетворенность клиентов
- в) Увеличивает издержки без пользы
- г) Замедляет процессы

Правильный ответ: б

3. Какой этап НЕ входит в процесс обработки заказа?

- а) Прием заказа
- б) Производство заказа
- в) Доставка заказа
- г) Разработка сайта

Правильный ответ: г

4. Какие риски могут возникнуть при управлении заказами?

- а) Ошибки в данных и задержки поставок
- б) Увеличение прибыли
- в) Снижение затрат
- г) Улучшение качества

Правильный ответ: а

5. Как повысить точность выполнения заказов?

- а) Игнорировать жалобы клиентов
- б) Использовать автоматизированные системы управления заказами
- в) Увеличить ассортимент
- г) Сократить персонал

Правильный ответ: б

Тема 2.2. Формирование системы логистического сервиса компании

1. Что входит в систему логистического сервиса?

- а) Транспортировка, складирование, обработка заказов
- б) Только продажи
- в) Только маркетинг
- г) Только производство

Правильный ответ: а

2. Как логистический сервис влияет на клиентов?

- а) Не влияет на удовлетворенность
- б) Повышает уровень удовлетворенности и лояльности
- в) Уменьшает качество продукции
- г) Увеличивает стоимость товара без пользы

Правильный ответ: б

3. Какие критерии важны при выборе поставщиков логистических услуг?

- а) Надежность и скорость доставки
- б) Цвет логотипа
- в) Размер компании
- г) Расположение офиса

Правильный ответ: а

4. Как оптимизировать процессы логистического сервиса?

- а) Использовать современные технологии и автоматизацию
- б) Уменьшить количество сотрудников
- в) Игнорировать жалобы клиентов
- г) Увеличить цены

Правильный ответ: а

5. Какие технологии применяются для управления логистическим сервисом?

- а) CRM-системы и системы управления складом (WMS)
- б) Только бухгалтерские программы
- в) Только офисные приложения
- г) Только социальные сети

Правильный ответ: а

Тема 2.3. Эффективность обслуживания клиентов в цепях поставок

1. Какие показатели оценивают эффективность обслуживания в цепях поставок?

- а) Время доставки и уровень удовлетворенности клиентов
- б) Количество сотрудников
- в) Размер склада
- г) Цена товара

Правильный ответ: а

2. Какие факторы влияют на эффективность клиентского сервиса в логистике?

- а) Скорость обработки заказов и качество коммуникации
- б) Цвет упаковки
- в) Размер офиса
- г) Количество конкурентов

Правильный ответ: а

3. Как повысить эффективность обслуживания клиентов?

- а) Внедрить автоматизацию и улучшить коммуникацию
- б) Сократить ассортимент
- в) Игнорировать отзывы клиентов
- г) Увеличить цены без улучшений

Правильный ответ: а

4. Как мониторинг помогает улучшить обслуживание?

- а) Позволяет выявлять проблемы и оперативно их решать
- б) Не влияет на качество сервиса
- в) Увеличивает издержки без пользы
- г) Снижает скорость доставки

Правильный ответ: а

5. Какова роль автоматизации в повышении эффективности сервиса?

- а) Ускоряет процессы и снижает ошибки
- б) Увеличивает количество ошибок
- в) Уменьшает удовлетворенность клиентов
- г) Не имеет значения

Правильный ответ: а

РАЗДЕЛ 3. КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

Тема 3.1. Способы контроля качества клиентского сервиса

1. Какой из методов контроля качества клиентского сервиса наиболее распространен?

- а) Опросы и обратная связь от клиентов

- б) Игнорирование жалоб
- в) Увеличение цен
- г) Сокращение персонала

Правильный ответ: а

2. Какова роль аудита в контроле качества сервиса?

- а) Оценка соответствия стандартам и выявление проблем
- б) Увеличение затрат
- в) Снижение качества
- г) Игнорирование клиентов

Правильный ответ: а

3. Какие показатели важны для контроля качества сервиса?

- а) Время ответа и уровень удовлетворенности клиентов
- б) Количество сотрудников
- в) Размер офиса
- г) Количество товаров

Правильный ответ: а

4. Как проводится оценка удовлетворенности клиентов?

- а) Через опросы и анализ отзывов
- б) По количеству продаж
- в) По размеру склада
- г) По числу сотрудников

Правильный ответ: а

5. Какие инструменты помогают выявлять дефекты в сервисе?

- а) CRM-системы и аналитика данных
- б) Игнорирование жалоб
- в) Увеличение цен
- г) Сокращение ассортимента

Правильный ответ: а

Тема 3.2. Использование современных технологий в клиентском сервисе

1. Какую роль играют CRM-системы в клиентском сервисе?

- а) Управление взаимодействием с клиентами и улучшение сервиса
- б) Увеличение затрат без пользы
- в) Снижение качества обслуживания
- г) Уменьшение количества клиентов

Правильный ответ: а

2. Как цифровизация влияет на клиентский сервис?

- а) Повышает скорость и качество обслуживания
- б) Замедляет процессы

- в) Увеличивает ошибки
- г) Не влияет

Правильный ответ: а

3. Какие технологии способствуют персонализации клиентского опыта?

- а) Аналитика данных и искусственный интеллект
- б) Только бумажные анкеты
- в) Игнорирование отзывов
- г) Увеличение цен

Правильный ответ: а

4. Как автоматизация помогает снизить ошибки в обслуживании?

- а) Стандартизирует процессы и уменьшает человеческий фактор
- б) Увеличивает количество ошибок
- в) Замедляет работу
- г) Не влияет

Правильный ответ: а

5. Какие каналы коммуникации чаще всего используются в современном клиентском сервисе?

- а) Электронная почта, чат, социальные сети
- б) Только телефон
- в) Только личные встречи
- г) Только почтовые письма

Правильный ответ: а

Тема 3.3. Создание и аудит клиентской базы компании

1. Что включает создание клиентской базы?

- а) Сбор и систематизация данных о клиентах
- б) Только маркетинговые исследования
- в) Только финансовый учет
- г) Только логистику

Правильный ответ: а

2. Зачем проводится аудит клиентской базы?

- а) Для проверки актуальности и качества данных
- б) Для увеличения цен
- в) Для сокращения персонала
- г) Для изменения ассортимента

Правильный ответ: а

3. Какие риски связаны с неправильным ведением клиентской базы?

- а) Потеря клиентов и снижение эффективности маркетинга
- б) Увеличение прибыли
- в) Повышение качества сервиса

г) Увеличение количества заказов

Правильный ответ: а

4. Как использование клиентской базы помогает улучшить сервис?

а) Позволяет персонализировать предложения и коммуникацию

б) Не влияет на сервис

в) Уменьшает продажи

г) Увеличивает издержки без пользы

Правильный ответ: а

5. Какие данные чаще всего включаются в клиентскую базу?

а) Контактная информация, история покупок, предпочтения

б) Только финансовые отчеты

в) Только данные о конкурентах

г) Только данные о поставщиках

Правильный ответ: а

2.3. Рекомендации по оцениванию рефератов.

Максимальное количество баллов - 9	Критерии
Отлично -9-8 баллов	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо – 7-6 балла	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно – 5-3 балла	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование

	выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
Неудовлетворительно – 2 и менее баллов	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

РАЗДЕЛ 1. КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Тема 1.1. Клиентоориентированность, лояльность и клиентский опыт

1. Клиентоориентированность как ключевой фактор успеха современного бизнеса
2. Влияние клиентского опыта на формирование лояльности потребителей
3. Методы повышения лояльности клиентов через улучшение клиентского опыта

Тема 1.2. Элементы клиентского сервиса компании

1. Основные компоненты клиентского сервиса и их роль в удовлетворении потребностей клиентов
2. Влияние персонала и технологий на качество клиентского сервиса
3. Значение обратной связи в системе клиентского сервиса компании

Тема 1.3. Структура и метрики клиентского сервиса

1. Структура клиентского сервиса: процессы, персонал и технологии
2. Ключевые метрики для оценки эффективности клиентского сервиса
3. Роль аналитики и метрик в управлении качеством обслуживания клиентов

РАЗДЕЛ 2. КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

Тема 2.1. Обслуживание потребителей и управление заказами клиентов в цепях поставок

1. Управление заказами клиентов как элемент повышения качества обслуживания в цепях поставок
2. Влияние клиентского сервиса на эффективность цепи поставок
3. Основные проблемы и решения при обслуживании клиентов в логистических цепях

Тема 2.2. Формирование системы логистического сервиса компании

1. Компоненты и принципы построения системы логистического сервиса

2. Влияние логистического сервиса на удовлетворенность клиентов и конкурентоспособность компании

3. Современные технологии в формировании эффективной системы логистического сервиса

Тема 2.3. Эффективность обслуживания клиентов в цепях поставок

1. Методы оценки эффективности клиентского сервиса в цепях поставок

2. Факторы, влияющие на повышение эффективности обслуживания клиентов в логистике

3. Роль автоматизации и цифровых технологий в улучшении клиентского сервиса цепей поставок

**РАЗДЕЛ 3. КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА
В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК**

Тема 3.1. Способы контроля качества клиентского сервиса

1. Основные методы контроля качества клиентского сервиса в цепях поставок

2. Значение аудита и обратной связи для поддержания высокого уровня сервиса

3. Инструменты выявления и устранения дефектов в клиентском обслуживании

Тема 3.2. Использование современных технологий в клиентском сервисе

1. Влияние цифровизации и CRM-систем на качество клиентского сервиса

2. Персонализация клиентского опыта с помощью современных технологий

3. Автоматизация процессов обслуживания как фактор повышения эффективности сервиса

Тема 3.3. Создание и аудит клиентской базы компании

1. Этапы создания и поддержания актуальности клиентской базы

2. Значение аудита клиентской базы для повышения качества маркетинга и сервиса

3. Риски и преимущества эффективного управления клиентской базой компании

2.4. Рекомендации по оцениванию результатов контроля знаний.

Максимальное количество баллов -15*	Критерии
Отлично -15-13 баллов	Выставляется обучающемуся, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Обучающийся демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом,

	научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа
Хорошо- 12-9 баллов	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа
Удовлетворительно – 8-5 баллов	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ
Неудовлетворительно – 4 и менее баллов	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе

* Представлено в таблице 2.1.

Задания к контролю знаний по разделу 1 Вариант 1

Теоретические вопросы:

1. Опишите концепцию клиентоориентированности, аргументируя ее влияние на финансовые показатели компании, ссылаясь на исследования, например, Bain & Company, подтверждающие корреляцию между высоким уровнем удержания клиентов и прибыльностью.
2. Проанализируйте основные элементы структуры клиентского сервиса, уделяя особое внимание взаимодействию между различными каналами коммуникации и их интеграции в единую систему обслуживания.
3. Раскройте роль метрик в управлении качеством обслуживания, представив примеры конкретных метрик, таких как Net Promoter Score (NPS) или Customer Satisfaction (CSAT), и объяснив их практическое применение для улучшения клиентского опыта.

Практическое задание:

1. Представьте, что вы являетесь руководителем отдела клиентского сервиса в компании, предоставляющей услуги онлайн-образования. Разработайте план мероприятий по повышению лояльности клиентов,

включающий конкретные стратегии, методы измерения их эффективности и ожидаемые результаты.

Вариант 2

Теоретические вопросы:

1. Объясните разницу между лояльностью и удовлетворенностью клиента, приводя примеры ситуаций, когда удовлетворенный клиент может не быть лояльным, и наоборот. Обсудите концепцию эмоциональной связи клиента с брендом.

2. Опишите, как технологии, такие как CRM-системы и чат-боты, могут улучшить клиентский сервис, подчеркивая важность их интеграции с существующими бизнес-процессами и обеспечения персонализированного подхода к каждому клиенту.

3. Проанализируйте ключевые показатели эффективности (KPI), применяемые для оценки клиентского сервиса, рассматривая их взаимосвязь и влияние на общую эффективность бизнеса.

Практическое задание:

Проанализируйте гипотетическую ситуацию, когда компания столкнулась с резким снижением показателя NPS. Опишите шаги, которые необходимо предпринять для выявления причин этой проблемы, разработки стратегии ее решения и восстановления лояльности клиентов.

Задания к контролю знаний по разделу 2

Вариант 1

Теоретические вопросы:

1. Опишите задачи управления заказами в цепях поставок, акцентируя внимание на балансировке спроса и предложения, минимизации затрат и обеспечении требуемого уровня сервиса. Ссылайтесь на работы Christopher (2016), подчеркивающего важность интеграции информации о заказах для оптимизации потоков в цепи поставок.

2. Проанализируйте компоненты системы логистического сервиса, включая предтранзакционные, транзакционные и посттранзакционные элементы. Обоснуйте влияние каждого компонента на формирование лояльности клиентов, опираясь на исследования Kotler & Armstrong (2018) о роли качественного сервиса в удержании клиентов.

3. Раскройте основные факторы, влияющие на эффективность клиентского сервиса в логистике, такие как скорость выполнения заказов, точность доставки, доступность информации и качество коммуникаций. Обсудите взаимосвязь данных факторов и их кумулятивное влияние на восприятие потребителем ценности предложения.

Практическое задание:

Компания, занимающаяся дистрибуцией электроники, столкнулась с увеличением количества ошибок при комплектации заказов. Предложите комплекс мер по повышению точности выполнения заказов, включая внедрение технологий автоматической идентификации (RFID, штрих-

кодирование), оптимизацию складской логистики и обучение персонала. Оцените потенциальный экономический эффект от реализации предложенных мер.

Вариант 2

Теоретические вопросы:

1. Оцените влияние обслуживания клиентов на эффективность цепи поставок, рассматривая как положительные (увеличение объемов продаж, укрепление бренда), так и отрицательные (затраты на обработку претензий, потеря клиентов) аспекты. Проанализируйте, как интеграция данных о потребительских предпочтениях в процессы планирования и управления запасами способствует повышению эффективности цепи поставок.

2. Опишите критерии, важные при выборе поставщиков логистических услуг, включая стоимость, надежность, географический охват, технологическую оснащенность и гибкость. Обоснуйте необходимость комплексной оценки поставщиков, учитывающей не только прямые затраты, но и косвенные издержки, связанные с некачественным сервисом.

3. Предложите методы повышения эффективности обслуживания в цепях поставок, включая внедрение систем CRM, автоматизацию процессов, использование аналитики данных и развитие партнерских отношений. Оцените роль каждого метода в повышении уровня удовлетворенности клиентов и снижении операционных издержек.

Практическое задание:

Логистическая компания планирует внедрить систему мониторинга и анализа данных для улучшения обслуживания клиентов. Разработайте структуру ключевых показателей эффективности (KPI), которые необходимо отслеживать, и предложите методы анализа данных для выявления проблемных зон и возможностей для улучшения сервиса. Обоснуйте выбор предложенных KPI и методов анализа.

Задания к контролю знаний по разделу 3

Вариант 1

Теоретические вопросы:

1. Раскройте роль аудита в контроле качества клиентского сервиса, применяемого в цепях поставок. Обоснуйте необходимость проведения регулярных аудиторских проверок и приведите примеры метрик, используемых для оценки эффективности сервиса.

2. Опишите, каким образом цифровизация влияет на процессы обслуживания клиентов, и какие преимущества использования CRM-систем, интегрированных с другими технологическими решениями, можно выделить с точки зрения повышения качества и эффективности сервиса.

3. Определите этапы создания клиентской базы и укажите методы обеспечения актуальности и полноты данных. Обоснуйте необходимость использования специализированных инструментов для валидации и очистки данных.

Практическое задание:

Представьте, что вы являетесь руководителем отдела клиентского сервиса в логистической компании. Разработайте план мероприятий по внедрению системы автоматизированного сбора и анализа обратной связи от клиентов после каждой поставки. Укажите ключевые метрики, используемые для оценки удовлетворенности клиентов, и предложите конкретные действия для устранения выявленных проблем.

Вариант 2

Теоретические вопросы:

1. Опишите основные методы контроля качества клиентского сервиса, применяемые в цепях поставок, и выделите ключевые показатели качества, наиболее важные для контроля. Проанализируйте взаимосвязь между этими показателями и общей эффективностью цепи поставок.

2. Рассмотрите современные технологии, применяемые для улучшения клиентского сервиса, и объясните, как автоматизация помогает снизить ошибки в обслуживании. Опишите конкретные примеры применения чат-ботов и систем автоматического ответа на запросы клиентов.

3. Объясните, в чем заключается аудит клиентской базы и зачем он необходим. Опишите риски, связанные с неправильным ведением клиентской базы, и приведите примеры ситуаций, когда неполные или некорректные данные приводят к негативным последствиям для компании.

Практическое задание:

Представьте, что ваша компания столкнулась с проблемой снижения лояльности клиентов из-за длительного времени ожидания ответа на запросы. Предложите комплекс мер, включающих использование современных технологий и оптимизацию бизнес-процессов, для сокращения времени ожидания и повышения удовлетворенности клиентов. Укажите, какие инструменты и метрики будут использоваться для мониторинга эффективности предложенных мер.

2.5. Рекомендации по оцениванию результатов индивидуальных заданий

Максимальное количество баллов - 10	Критерии
Отлично -10-8 баллов	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

Хорошо – 7-6 балла	<p>Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки.</p> <p>Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.</p>
Удовлетворительно – 5-3 балла	<p>Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.</p>
Неудовлетворительно – 2 и менее баллов	<p>Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.</p>

Темы эссе

1. Роль клиентского сервиса в формировании устойчивых цепей поставок
2. Эволюция концепции клиентоориентированности в управлении цепями поставок (SCM)
3. Оптимизация уровня сервиса (Service Level) в условиях нестабильности спроса
4. Ключевые показатели эффективности (KPI) в управлении клиентским сервисом
5. Применение модели SERVQUAL для оценки качества сервиса в логистике
6. Цифровизация клиентского сервиса: как IoT и Big Data меняют SCM?
7. Искусственный интеллект в управлении жалобами и запросами клиентов
8. Блокчейн как инструмент повышения прозрачности и доверия в цепях поставок
9. Управление рисками в цепях поставок: как минимизировать влияние на клиентский сервис?
10. Этика и экология в клиентском сервисе: тренд или необходимость?
11. Успешные кейсы внедрения CRM-систем в управлении цепями поставок
12. Как DHL (или другая компания) использует технологии для улучшения сервиса?

13. Ошибки в управлении клиентским сервисом: разбор реальных провалов
14. Влияние e-commerce на стандарты клиентского сервиса в логистике
15. Будущее клиентского сервиса в SCM: какие изменения ожидаются к 2030 году?

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Дайте определение клиентского сервиса в цепях поставок.
2. Назовите основные компоненты клиентского сервиса в логистике.
3. Какова роль клиентского сервиса в формировании лояльности потребителей?
4. Перечислите ключевые показатели эффективности (KPI) клиентского сервиса.
5. Как уровень сервиса влияет на конкурентоспособность компании?
6. В чем заключается концепция TQM (Total Quality Management) в управлении сервисом?
7. Какие методы используются для оценки удовлетворенности клиентов?
8. Опишите модель SERVQUAL и ее применение в цепях поставок.
9. Как проводится анализ жалоб и обратной связи от клиентов?
10. Какие инструменты используются для улучшения качества сервиса?
11. Как логистические процессы влияют на уровень сервиса?
12. Какие существуют стратегии управления запасами для повышения уровня сервиса?
13. В чем разница между уровнем сервиса и скоростью доставки?
14. Как аутсорсинг логистических функций влияет на клиентский сервис?
15. Какие технологии помогают улучшить сервис в цепях поставок (например, IoT, Big Data)?
16. Какие каналы коммуникации с клиентами наиболее эффективны в цепях поставок?
17. Как CRM-системы помогают в управлении клиентским сервисом?
18. Опишите процесс обработки клиентских запросов и заказов.
19. Какие методы используются для прогнозирования спроса и улучшения сервиса?
20. Как управлять отношениями с ключевыми клиентами (КАМ – Key Account Management)?
21. Какие риски в цепях поставок могут ухудшить клиентский сервис?
22. Как минимизировать disruptions (сбои) в поставках?
23. Какие стратегии применяются при возникновении дефицита товаров?
24. Какова роль страхования в управлении рисками цепей поставок?
25. Какие меры принимаются при задержках доставки?
26. Как автоматизация процессов влияет на уровень сервиса?

27. Какие преимущества дает использование блокчейна в цепях поставок?
28. Как искусственный интеллект (AI) улучшает клиентский сервис?
29. В чем польза цифровых двойников (Digital Twins) для управления сервисом?
30. Какие тренды в e-commerce влияют на клиентский сервис?
31. Разберите пример компании, которая улучшила клиентский сервис за счет оптимизации цепей поставок.
32. Какие ошибки в управлении сервисом чаще всего допускают компании?
33. Как пандемия COVID-19 повлияла на стандарты клиентского сервиса?
34. Какие международные стандарты (ISO, SCOR) регулируют управление сервисом?
35. Приведите пример успешного внедрения системы мониторинга качества сервиса.