

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костровец Лариса Борисовна  
Должность: директор  
Дата подписания: 16.05.2026 13:18:02  
Уникальный программный ключ:  
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4  
к образовательной программе

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.15 Система управления отношениями с клиентами и  
клиентский консалтинг**

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

**38.04.02 Менеджмент**

(код, наименование направления подготовки/специальности)

**Логистика**

(наименование образовательной программы)

**очная**

---

(форма обучения)

Год набора 2026

г. Донецк

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

Агаркова Наталья Валериевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики

**Заведующий кафедрой:**

Попова Татьяна Александровна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики

Рабочая программа дисциплины «Система управления отношениями с клиентами и клиентский консалтинг» (Б1.В.15) одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики факультета Менеджмента Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 6 от «03» марта 2026 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объём и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЁННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Система управления отношениями с клиентами и клиентский консалтинг» (Б1.В.15) обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения	Наименование индикатора достижения компетенции	Образовательный результат
Д/01.7 Разработка стратегии развития операционного направления логистической деятельности компании в области управления перевозками грузов в цепи поставок	ПК-2.	Способен разрабатывать коммерческую политику по оказанию логистической услуги перевозки груза в цепи поставок	ПК-2.3	Разрабатывает политику клиентского сервиса в области оказания логистических услуг,	ПК-2.3. У-3 <b>Умеет</b> оперативно анализировать потребности и мотивы клиентов в логистических услугах
			ПК-2.4.	Разрабатывает стратегические планы улучшения качества предоставляемых логистических услуг по перевозке груза в цепи поставок	ПК-2.4. У-3 <b>Умеет</b> оперативно анализировать потребности и мотивы клиентов в логистических услугах

\* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе.

## 2. ОБЪЁМ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Система управления отношениями с клиентами и клиентский консалтинг» (Б1.В.15) относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, вариативный блок (Б1.В).

Общий объём дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 академических часов).

Дисциплина изучается в 3-м семестре обучения.

Вид учебной работы	Академических часов
Контактная работа, всего	39
в т.ч.: лекции (Л)	14
практические занятия (ПЗ/С)	14
контактная работа на аттестацию (КаттЭк)	9
консультации перед экзаменом (КЭ)	2
Самостоятельная работа (СР), всего	51
в т.ч.: СР в семестре	33
СР на подготовку к экзамену (СРэк)	18
Контроль (экзамен)	18
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>

Промежуточная аттестация по дисциплине – экзамен.

Форма промежуточной аттестации определена учебным планом образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Логистика».

# 1. Содержание и структура дисциплины

## 1.1. Структура дисциплины

*Очная/очно-заочная/заочная форма обучения (оставить нужное)*

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)			СРкр	СРэк	СР		
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ					Каттэк
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ											
<b>Раздел 1.</b>	<b>Теоретические основы управления отношениями с клиентами в логистике</b>													
Тема 1.1	Сущность и эволюция системы управления отношениями с клиентами (CRM) в логистике	9	2		2								5	Опрос
Тема 1.2	Клиентоцентричность как философия логистического бизнеса	9	2		2								5	Опрос; эссе
<b>Раздел 2.</b>	<b>Клиентский консалтинг в логистике</b>													
Тема 2.1	Клиентский консалтинг как инструмент повышения лояльности и эффективности	9	2		2								5	КТ-1 (тест)
Тема 2.2	Методы оценки и повышения качества логистического сервиса	9	2		2								5	Опрос; тест
<b>Раздел 3</b>	<b>Стратегическое управление клиентским опытом и развитие клиентского сервиса</b>													
Тема 3.1	Стратегии управления лояльностью клиентов в логистике	9	2		2								5	КТ-2 (кейс)

Тема 3.2	Цифровая трансформация управления отношениями с клиентами в логистике	9	2			2						5	Опрос
Тема 3.3	Разработка и внедрение политики клиентского сервиса и планов улучшения качества	7	2			2						3	КТ-3 (проект)
Промежуточная аттестация		29						2	9		18		Экзамен
<b>ИТОГО</b>		108	14			14		2	9		18	33	

*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

## **3.2. Содержание дисциплины**

### **Раздел 1. Теоретические основы управления отношениями с клиентами в логистике**

#### **Тема 1. Сущность и эволюция системы управления отношениями с клиентами (CRM) в логистике (ПК-2.3.)**

Понятие CRM (Customer Relationship Management): определение, цели и задачи в логистической деятельности. История развития концепции управления отношениями с клиентами: от транзакционного к реляционному маркетингу. Эволюция CRM-систем: первое, второе и третье поколения. Классификация CRM-решений: операционные, аналитические, коллаборационные CRM. Место CRM в системе управления логистическим предприятием. Интеграция CRM с ERP, WMS, TMS и SCM-системами. Специфика клиентских отношений в логистике: B2B-характер взаимодействия, длительность контрактов, сложность услуг. Российский рынок CRM-систем: ключевые игроки и тенденции.

Практическая подготовка: анализ CRM-систем ведущих логистических операторов; сравнительная характеристика платформ (1С:CRM, amoCRM, Битрикс24, SAP CRM).

#### **Тема 2. Клиентоцентричность как философия логистического бизнеса (ПК-2.3.)**

Концепция клиентоцентричности в логистике: принципы и ценности. Клиентский опыт (Customer Experience, CX): определение, составляющие, управление. Карта пути клиента (Customer Journey Map): методология построения и применение в логистике. Сегментация клиентов логистического предприятия: критерии и методы. Модель ценности клиента (Customer Lifetime Value, CLV). Клиентоориентированная организационная культура. Методы измерения удовлетворённости клиентов: NPS (Net Promoter Score), CSAT, CES. Voice of the Customer (VoC) в логистике. Лучшие практики клиентоцентричных логистических компаний.

### **Раздел 2. Клиентский консалтинг в логистике**

#### **Тема 3. Клиентский консалтинг как инструмент повышения лояльности и эффективности (ПК-2.3.)**

Понятие и виды клиентского консалтинга в логистике. Отличие клиентского консалтинга от традиционного управленческого консультирования. Диагностика клиентской базы: методы ABC/XYZ-анализа клиентов. Процесс клиентского консалтинга: этапы и инструменты. Разработка рекомендаций по повышению лояльности клиентов. Типы клиентских проблем в логистике и методы их решения. Ценностное предложение (Value Proposition) в логистических услугах. Управление ожиданиями клиентов. Работа с рекламациями и претензиями. Методики удержания клиентов: win-back стратегии.

Практическая подготовка: разработка консалтинговой программы для логистического оператора.

#### **Тема 4. Методы оценки и повышения качества логистического сервиса (ПК-2.4.)**

Качество логистического сервиса: понятие, составляющие, стандарты. Параметры качества логистических услуг: своевременность, надёжность, гибкость, информированность. Система ключевых показателей эффективности (KPI) клиентского сервиса. Уровень сервиса

(Service Level Agreement, SLA): разработка и контроль исполнения. Методы оценки качества: модель SERVQUAL, метод «тайный покупатель», анализ логов CRM. Индексы потребительской лояльности: NPS, CSI (Customer Satisfaction Index). Инструменты совершенствования качества: цикл PDCA, Lean в логистике. Бенчмаркинг логистического сервиса. Разработка программы повышения качества обслуживания клиентов.

### **Раздел 3. Стратегическое управление клиентским опытом и развитие клиентского сервиса**

#### **Тема 5. Стратегии управления лояльностью клиентов в логистике (ПК-2.3.)**

Концепция лояльности клиентов: виды, уровни, факторы формирования. Экономика лояльности: связь лояльности с финансовыми результатами логистической компании. Программы лояльности в сфере логистических услуг: типы, структура, эффективность. Управление жизненным циклом клиента (Customer Lifecycle Management). Сегментация клиентов по уровню лояльности. Стратегии развития клиентской базы: привлечение, удержание, развитие, возврат. Анализ оттока клиентов (Churn Analysis) в логистике. Cross-sell и up-sell стратегии в логистических услугах. Партнёрские программы и альянсы в логистике.

Практическая подготовка: кейс-разбор программ лояльности ведущих логистических операторов.

#### **Тема 6. Цифровая трансформация управления отношениями с клиентами в логистике (ПК-2.3.)**

Цифровая трансформация и её влияние на клиентский сервис в логистике. Омниканальный подход к взаимодействию с клиентами. Большие данные (Big Data) и аналитика в CRM: сбор, обработка, визуализация. Искусственный интеллект и машинное обучение в CRM-системах. Чат-боты и виртуальные ассистенты в клиентском сервисе логистики. Предиктивная аналитика для прогнозирования потребностей клиентов. Интернет вещей (IoT) и цифровые двойники в управлении клиентским опытом. Мобильные приложения и клиентские порталы логистических операторов. Кибербезопасность и защита клиентских данных (GDPR, Федеральный закон №152-ФЗ). Технологии блокчейн в повышении прозрачности логистического сервиса.

#### **Тема 7. Разработка и внедрение политики клиентского сервиса и планов улучшения качества (ПК-2.3, ПК-2.4.)**

Политика клиентского сервиса: понятие, структура, принципы разработки. Компоненты политики: стандарты обслуживания, уровень сервиса, ответственность, механизмы обратной связи. Методология разработки политики клиентского сервиса в логистической компании. Стратегический план улучшения качества логистических услуг: структура, горизонт планирования. Дорожная карта (Roadmap) улучшения клиентского сервиса. Управление изменениями при внедрении новой политики клиентского сервиса. Обучение персонала и формирование клиентоориентированной культуры. Система мониторинга и контроля исполнения политики клиентского сервиса. Актуализация политики с учётом изменений рынка и потребностей клиентов.

Практическая подготовка: разработка политики клиентского сервиса и стратегического плана улучшения качества для реального или модельного логистического предприятия.

#### **4. ТИПЫ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ, ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ**

4.1. Оценочные материалы по дисциплине «Система управления отношениями с клиентами и клиентский консалтинг» (Б1.В.15) входят в состав фонда оценочных средств (ФОС) образовательной программы и используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также ключи правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде; доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочей программе дисциплины размещены типовые проверочные задания, которые условно разделены на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. Выбрать несколько правильных ответов.</li> <li>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</li> <li>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</li> <li>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. Продумать логику и полноту ответа.</li> <li>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</li> <li>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</li> </ol>	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие фактических ошибок.</li> <li>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</li> <li>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</li> <li>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</li> </ol>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС Донецкого филиала РАНХиГС.

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74			B	P/ Passed
60-69	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

## **5. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ, ТИПОВЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ, КРИТЕРИИ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ ПО КОНТРОЛЬНЫМ ТОЧКАМ**

### **5.1. Формы текущего контроля успеваемости**

В ходе реализации дисциплины «Система управления отношениями с клиентами и клиентский консалтинг» (Б1.В.15) используются следующие формы текущего контроля успеваемости: устный опрос, тестирование, эссе, кейс-задания, проектное задание (разработка политики клиентского сервиса и стратегического плана улучшения качества).

### **5.2. Типовые оценочные материалы текущего контроля (вне контрольных точек)**

#### **Тема 1. Вопросы для устного опроса:**

1. Дайте определение понятия CRM. Каковы основные цели внедрения CRM-системы в логистике?
2. Охарактеризуйте этапы эволюции концепции управления отношениями с клиентами.
3. Чем отличаются операционные, аналитические и коллаборационные CRM-системы?
4. Каковы особенности клиентских отношений в секторе B2B-логистики?
5. Приведите примеры интеграции CRM с WMS и TMS системами.

#### **Тема 2. Вопросы для устного опроса:**

1. В чём заключается концепция клиентоцентричности? Чем она отличается от клиентоориентированности?
2. Опишите методологию построения карты пути клиента (Customer Journey Map) для логистической компании.
3. Что такое Customer Lifetime Value (CLV)? Как рассчитать данный показатель?
4. Охарактеризуйте методику Net Promoter Score (NPS). Каковы пороговые значения для оценки лояльности?

#### **Тема 2. Тема для эссе:**

«Трансформация клиентского сервиса в российских логистических компаниях: вызовы и

возможности» (объём 1000–1200 слов).

**Тема 3. Вопросы для устного опроса:**

1. Что такое клиентский консалтинг? Каковы его отличительные черты в логистике?
2. Опишите методику ABC/XYZ-анализа клиентской базы логистического оператора.
3. Каковы основные этапы процесса клиентского консалтинга?
4. Как формируется ценностное предложение (Value Proposition) для клиентов в логистике?

**Тема 4. Вопросы для кейс-задания:**

Кейс: «Логистическая компания "СпидКарго" получает систематические жалобы клиентов на нарушение сроков доставки. Показатель NPS составляет -12. Доля клиентов, отказавшихся от услуг за последние 6 месяцев, достигла 18%.»

Задания к кейсу:

1. Разработайте систему KPI для оценки качества клиентского сервиса "СпидКарго".
2. Предложите методику диагностики проблем с качеством на основе модели SERVQUAL.
3. Разработайте рекомендации по повышению показателя NPS до уровня не менее +20 в течение 12 месяцев.

**Тема 5. Вопросы для устного опроса:**

1. Охарактеризуйте основные виды лояльности клиентов. Как измеряется лояльность в логистике?
2. Каковы типичные программы лояльности для B2B-клиентов логистических операторов?
3. Что такое Churn Analysis? Какие методы применяются для прогнозирования оттока клиентов?

**Тема 6. Тестовые задания:**

1. Какая технология обеспечивает персонализацию рекомендаций клиентам в CRM-системе на основе исторических данных?

- А) Блокчейн;
- Б) Машинное обучение;
- В) IoT; Г) EDI.

(Ответ: Б)

2. Омниканальный подход к взаимодействию с клиентами предполагает:

- А) использование только цифровых каналов коммуникации;
- Б) единый бесшовный клиентский опыт через все каналы взаимодействия;
- В) приоритет телефонного обслуживания;
- Г) отказ от личных встреч с клиентами.

(Ответ: Б)

3. Какой российский закон регулирует защиту персональных данных клиентов в CRM-системах?

- А) ФЗ-149;
- Б) ФЗ-152;
- В) ФЗ-63;
- Г) ФЗ-218.

(Ответ: Б)

**5.3. Распределение весовых коэффициентов по контрольным точкам**

Наименование КТ	Макс. баллов за работу в рамках КТ	Коэффициент веса КТ	Результат КТ (в итоговой оценке)
-----------------	------------------------------------	---------------------	----------------------------------

КТ-1 (тестирование)	100	0,15	15
КТ-2 (кейс)	100	0,20	20
КТ-3 (проектное задание)	100	0,25	25
<b>ИТОГО</b>	×	<b>0,60</b>	<b>60</b>

Формула расчёта результата контрольной точки:

Результат КТ = Количество баллов за работу × Коэффициент веса КТ

#### **5.4. Формы текущего контроля в рамках контрольных точек и типовые оценочные материалы**

##### **КТ-1. Темы 1–3. Форма: тестирование (20 вопросов, 60 мин.)**

Примеры тестовых заданий:

1. CRM расшифровывается как:

- А) Client Responsibility Management;
- Б) Customer Relationship Management;
- В) Corporate Resource Management;
- Г) Consumer Record Model.

(Ответ: Б)

2. Методика измерения «Индекса потребительской лояльности» – это:

- А) SLA;
- Б) KPI;
- В) NPS;
- Г) CSI.

(Ответ: В)

3. Операционная CRM-система предназначена для:

- А) стратегического планирования;
- Б) автоматизации процессов продаж и обслуживания клиентов;
- В) аналитики данных клиентов;
- Г) управления транспортными заказами.

(Ответ: Б)

4. Карта пути клиента (CJM) описывает:

- А) маршруты доставки грузов;
- Б) все точки взаимодействия клиента с компанией на протяжении полного цикла сотрудничества;
- В) финансовые потоки в логистической сети;
- Г) структуру организации логистической компании.

(Ответ: Б)

5. К аналитическим CRM-системам относится функция:

- А) управление контактами клиентов;
- Б) автоматизация коммерческих предложений;
- В) анализ поведения клиентов на основе исторических данных;
- Г) организация доставки документов.

(Ответ: В)

**Критерии оценивания КТ-1 (тестирование):**

Критерий оценки	Диапазон баллов	Описание
Правильность ответов	0–100	1 правильный ответ = 5 баллов (20 вопросов × 5 = 100 баллов)

### КТ-2. Темы 4–5. Форма: кейс-задание

Условие кейса: Транспортно-логистическая компания «РусЛогист» специализируется на перевозке сборных грузов. По данным ежегодного опроса, индекс NPS снизился с +28 до +5. Уровень клиентского оттока за год составил 23%. Основные жалобы клиентов: задержки в информировании о статусе груза (62% жалоб), нарушение сроков доставки (31%), некомпетентность персонала (7%). Компания планирует внедрение новой CRM-системы и пересмотр SLA с ключевыми клиентами.

Задания к кейсу:

1. Разработайте систему KPI клиентского сервиса для «РусЛогист» с указанием целевых значений.
2. Проведите диагностику проблем сервиса по методике SERVQUAL (выделите разрывы в качестве).
3. Разработайте рекомендации по восстановлению лояльности клиентов и снижению оттока.
4. Предложите структуру SLA для ключевых клиентов компании.

### Критерии оценивания КТ-2 (кейс):

Критерий оценки	Диапазон баллов	Описание
Корректность идентификации проблем	0–25	Точное выявление всех ключевых проблем с обоснованием
Обоснованность разработанной системы KPI	0–25	Полнота, измеримость, релевантность KPI
Применение методологических инструментов (SERVQUAL, SLA)	0–25	Корректное применение методик, глубина анализа
Практическая реализуемость рекомендаций	0–25	Конкретность, реализуемость, экономическая целесообразность
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	

### КТ-3. Темы 6–7. Форма: проектное задание

Задание: Разработайте комплексный документ «Политика клиентского сервиса и стратегический план улучшения качества логистических услуг» для выбранной (или модельной) логистической компании. Объем: 15–20 страниц.

Структура проекта:

1. Анализ текущего состояния клиентского сервиса (рынок, конкуренты, клиентская база).
2. Политика клиентского сервиса (принципы, стандарты обслуживания, SLA, механизмы обратной связи).
3. Стратегический план улучшения качества логистических услуг (цели, мероприятия, сроки, KPI, бюджет).
4. Программа внедрения цифровых инструментов CRM.
5. Система мониторинга и контроля исполнения политики.

### Критерии оценивания КТ-3 (проектное задание):

Критерий оценки	Диапазон баллов	Описание
Полнота и структурированность документа	0–20	Наличие всех разделов, логическая структура
Обоснованность политики клиентского сервиса	0–20	Соответствие принципам, наличие стандартов, SLA
Качество стратегического плана улучшения качества	0–20	Реалистичность целей, SMART-критерии, KPI, ресурсы
Применение цифровых инструментов CRM	0–20	Обоснование выбора технологий, описание функционала
Самостоятельность и оригинальность подхода	0–20	Авторская позиция, нестандартные решения
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	

## 6. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ, ТИПОВЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена в 3-м семестре. Экзамен включает два компонента: ответ на теоретический вопрос (открытый тип) и выполнение практического задания (кейс или расчётно-аналитическое задание). Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию составляет 40 баллов.

### 6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

#### Примерный перечень вопросов к экзамену:

##### Раздел 1:

1. Понятие, классификация и функции CRM-систем в логистике.
2. Эволюция концепции управления отношениями с клиентами: от транзакционного маркетинга к CRM 3.0.
3. Интеграция CRM с корпоративными информационными системами (ERP, WMS, TMS).
4. Клиентоцентричность: принципы, ценности и измерение в B2B-логистике.
5. Карта пути клиента (CJM): методология построения и применение в логистике.
6. Методы сегментации клиентской базы логистического предприятия.
7. Customer Lifetime Value: модели расчёта и управленческое применение.

##### Раздел 2:

8. Клиентский консалтинг в логистике: сущность, виды, этапы.
9. ABC/XYZ-анализ клиентской базы: методика и интерпретация результатов.
10. Ценностное предложение в логистических услугах: компоненты и разработка.
11. Качество логистического сервиса: понятие, параметры, стандарты.
12. KPI клиентского сервиса в логистике: система показателей и целевые значения.
13. Service Level Agreement (SLA): структура и порядок разработки.
14. Модель SERVQUAL и её применение для оценки качества логистического сервиса.
15. NPS, CSAT, CES: методология расчёта и интерпретация результатов.

##### Раздел 3:

16. Концепция лояльности клиентов: виды, уровни, экономика лояльности в логистике.
17. Программы лояльности для B2B-клиентов логистических операторов: типология и эффективность.

18. Управление жизненным циклом клиента: модели и инструменты.
19. Анализ оттока клиентов: методы диагностики и стратегии предотвращения.
20. Цифровая трансформация клиентского сервиса в логистике: технологии и инструменты.
21. Применение искусственного интеллекта и Big Data в CRM-системах логистики.
22. Политика клиентского сервиса: понятие, компоненты, разработка и внедрение.
23. Стратегический план улучшения качества логистических услуг: структура, инструменты, KPI.
24. Управление изменениями при внедрении новой политики клиентского сервиса.
25. Система мониторинга и контроля качества логистического сервиса.

### **Примеры практических заданий к экзамену:**

Задание 1. Логистический оператор «ТрансГрупп» планирует разработать политику клиентского сервиса. Ваша задача: а) предложите структуру политики клиентского сервиса; б) определите ключевые стандарты обслуживания; в) разработайте систему KPI для контроля исполнения политики.

Задание 2. На основе данных о клиентской базе (100 клиентов, объёмы заказов, частота обращений, уровень удовлетворённости) проведите ABC/XYZ-анализ и сформулируйте рекомендации по дифференцированной политике обслуживания каждого сегмента.

Задание 3. Разработайте концепцию внедрения CRM-системы в среднюю транспортно-экспедиционную компанию с описанием: выбора платформы, плана внедрения, ожидаемых результатов и KPI.

### **6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.**

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	75-89
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	60-74
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е.	1-59

## **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **7.1. Общие рекомендации**

Дисциплина «Система управления отношениями с клиентами и клиентский консалтинг» (Б1.В.15) сочетает теоретические основы и практико-ориентированные задания. Рекомендуется следующий порядок освоения дисциплины: ознакомление с темой по конспекту лекции; самостоятельное изучение рекомендованной литературы (не менее одного источника из основного списка на каждую тему); участие в семинарском занятии с подготовленными ответами на вопросы; выполнение заданий для самостоятельной работы; подготовка к контрольным точкам.

### **7.2. Рекомендации по работе с литературой**

При работе с учебниками и монографиями рекомендуется: изучение оглавления перед чтением; конспектирование ключевых определений, принципов и схем; составление глоссария по каждому разделу. Нормативные правовые акты (Гражданский кодекс РФ, Таможенный кодекс ЕАЭС, Устав железнодорожного транспорта РФ) следует использовать для проверки и уточнения практических заданий.

### **7.3. Рекомендации по написанию эссе**

Объём эссе: 4–6 страниц (шрифт Times New Roman, 14 пт, интервал 1,5). Структура: введение (актуальность темы, цель), основная часть (не менее 2–3 аргументированных тезисов с примерами), заключение (выводы и собственная позиция автора), список источников (не менее 5). Цитирование по ГОСТ Р 7.0.5-2008.

### **7.4. Рекомендации по подготовке к тесту**

Для успешного выполнения расчётных заданий рекомендуется освоить: классификатор грузов ADR/ДОПОГ; действующую тарифную политику основных перевозчиков; методику расчёта стоимости мультимодальной перевозки; нормы законодательства о договоре перевозки и транспортной экспедиции.

### **7.5. Рекомендации по решению кейса**

При работе с кейсом следует: выявить ключевую проблему и контекст ситуации; собрать и структурировать информацию; применить аналитические инструменты (SWOT, карта рисков); обосновать рекомендации с учётом реальных ограничений; оформить ответ в структурированном виде с выводами по каждому блоку.

### **7.6. Подготовка к промежуточной аттестации**

Подготовка к экзамену: повторить конспекты лекций по всем шести темам; проработать типовые вопросы (п. 6.2); выполнить предложенные расчётные задания самостоятельно; пройти самопроверку с использованием глоссария дисциплины. Использовать типовые экзаменационные вопросы (раздел 6.3), самостоятельно составлять краткие ответы в письменной форме, практиковать решение ситуационных задач.

## 8. УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

### 8.1. Основная литература

1. Аникин, Б. А. Логистика : учебник для магистров / Б. А. Аникин, Т. А. Родкина. — Москва : Проспект, 2020. — 408 с. — ISBN 978-5-392-31522-6. — URL: <https://e.lanbook.com> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. — 15-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2022. — 896 с. — ISBN 978-5-4461-1786-9. — URL: <https://biblioclub.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
3. Паттон, М. CRM в цифровую эпоху. Управление клиентскими отношениями в условиях цифровой трансформации / М. Паттон ; перевод с английского. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2021. — 320 с. — ISBN 978-5-00146-488-6. — Текст : непосредственный.
4. Стерлигова, А. Н. Управление запасами широкой номенклатуры: с чего начать? / А. Н. Стерлигова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 284 с. — ISBN 978-5-16-014011-7. — URL: <https://new.znaniyum.com> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
5. Сергеев, В. И. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / В. И. Сергеев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 634 с. — ISBN 978-5-16-016075-6. — URL: <https://new.znaniyum.com> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

### 8.2. Дополнительная литература

1. Бауэрсокс, Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс ; перевод с английского. — 2-е изд. — Москва : Олимп-Бизнес, 2019. — 640 с. — ISBN 978-5-9693-0458-3. — Текст : непосредственный.
2. Гупта, С. Лояльность клиентов — не всегда прибыль. Переосмысление управления клиентскими отношениями / С. Гупта ; перевод с английского. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2019. — 336 с. — ISBN 978-5-00146-156-4. — Текст : непосредственный.
3. Дэй, Дж. Организация, ориентированная на рынок / Дж. Дэй ; перевод с английского. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 304 с. — ISBN 978-5-00100-803-5. — Текст : непосредственный.
4. Рейхельд, Ф. Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь / Ф. Рейхельд, Р. Марки ; перевод с английского. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2020. — 352 с. — ISBN 978-5-00146-431-2. — Текст : непосредственный.
5. Пейн, Э. Руководство по CRM. Путь к совершенствованию менеджмента клиентов / Э. Пейн ; перевод с английского. — Минск : Гревцов Паблишер, 2018. — 384 с. — ISBN 978-985-15-3249-8. — Текст : непосредственный.
6. Поташников, Н. М. Стратегическое управление качеством в логистике : монография / Н. М. Поташников. — Москва : РАНХиГС, 2021. — 218 с. — ISBN отсутствует. — Текст : непосредственный.

### 8.3. Нормативные правовые документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) : Федеральный закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ : (ред. от 24.07.2023). — URL: <http://www.consultant.ru> — Режим доступа:

для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

2. О персональных данных : Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ : (ред. от 06.02.2023). — URL: <http://www.consultant.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

3. О транспортно-экспедиционной деятельности : Федеральный закон от 11.06.2003 № 87-ФЗ : (ред. от 02.07.2021). — URL: <http://www.consultant.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

4. ГОСТ Р 58973-2020. Логистика. Услуги транспортно-экспедиторские. Общие требования : национальный стандарт Российской Федерации : утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 30.11.2020 № 1155-ст. — Москва : Стандартинформ, 2020. — 16 с. — Текст : непосредственный.

#### **8.4. Интернет-ресурсы**

1. Российский рынок логистики и транспорта : аналитические отчеты. — URL: <https://www.rzd.ru> — Режим доступа: свободный. — Текст : электронный.

2. Ассоциация логистики и управления цепями поставок : официальный сайт. — URL: <https://www.apics.ru> — Режим доступа: свободный. — Текст : электронный.

3. Логистика и управление цепями поставок : портал. — URL: <https://www.logistika.ru> — Режим доступа: свободный. — Текст : электронный.

4. Электронная библиотечная система «Знаниум» : сайт. — URL: <https://new.znanium.com> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

5. Электронная библиотечная система «Лань» : сайт. — URL: <https://e.lanbook.com> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» : сайт. — URL: <https://biblioclub.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

7. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : сайт. — URL: <https://www.elibrary.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

8. CRM-аналитика и рейтинги : порталы. — URL: <https://www.crm.ru> ; <https://www.tadviser.ru> — Режим доступа: свободный. — Текст : электронный.

#### **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

9.1. Для проведения занятий лекционного типа используются: учебная аудитория, оснащённая мультимедийным проектором, экраном и персональным компьютером (или ноутбуком) для демонстрации презентационных материалов; доска (маркерная) для дополнительных объяснений.

9.2. Для проведения семинарских занятий используются: учебная аудитория с возможностью работы в группах; мультимедийное оборудование; flipchart-доски; раздаточные материалы (кейсы, бланки заданий).

9.3. Для проведения промежуточной аттестации: аудитория, оснащённая компьютерами с выходом в сеть Интернет (при проведении тестирования в электронной форме) или стандартная

аудитория для письменного зачёта.

#### 9.4. Информационные технологии и программное обеспечение:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.)
- 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License)
- AIMP (лицензия LGPL v.2.1)
- STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)
- GIMP (лицензия GNU General Public License)
- Inkscape (лицензия GNU General Public License).
- Система дистанционного обучения (СДО) РАНХиГС — для размещения учебно-методических материалов, проведения тестирования, организации обратной связи.
- Антиплагиат.РАНХиГС — система проверки уникальности письменных работ обучающихся.

#### 9.5. Информационные справочные системы:

- КонсультантПлюс — информационно-правовая система; используется при изучении нормативной базы маркетинговой деятельности.
- Гарант — правовая система; доступ к нормативным актам и судебной практике.
- ЭБС «Юрайт» (<https://urait.ru>) — электронная библиотечная система с доступом к учебной литературе.
- ЭБС «Инфра-М» (<https://www.infra-m.ru>) — электронная библиотечная система.
- E-library.ru — Научная электронная библиотека; доступ к российским научным публикациям по менеджменту и маркетингу.