

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет транспорта»
РУТ (МИИТ)
Институт управления и цифровых технологий (ИУЦТ)**

УТВЕРЖДАЮ

И.о. директора Института управления
и цифровых технологий
РУТ (МИИТ)


С.П. Вакуленко
« 24 » июня 2024 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
(программа повышения квалификации)**

**«КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ И БЕЗУПРЕЧНЫЙ СЕРВИС НА
ВОКЗАЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ (МОДУЛЬ 2): БЛОК – РУКОВОДИТЕЛИ».**

(по профилю основной профессиональной образовательной программы вуза –
23.05.04 «Эксплуатация железных дорог (уровень специалитета)»,
23.02.01 «Организация перевозок и управление на транспорте (по видам)
(уровень бакалавриата)»).

Москва 2024 г.

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа повышения квалификации «Клиентоориентированность и безупречный сервис на вокзальном комплексе (модуль 2): блок – руководители» (далее - программа) разработана в соответствии с требованиями приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013 № 499 (с изменениями и дополнениями от 15 ноября 2013 г.) с учетом потребности Дирекции железнодорожных вокзалов – филиала ОАО «РЖД» в обучении руководителей, специалистов и служащих.

Содержание программы соответствует нормам Трудового кодекса Российской Федерации, нормативных актов Российской Федерации, локальных актов РУТ (МИИТ).

При составлении программы учитывались квалификационные требования к должностям руководителей и специалистов, установленные в Квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденном постановлением Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21.08.1998 года № 37 (в ред. от 14.02.2014 года) и требования образовательной программы высшего образования - программы специалитета по специальности 23.05.04 - Эксплуатация железных дорог, утвержденным решением ученого совета РУТ(МИИТ) от 17.02.2021, протокол № 8 и введенным в действие приказом РУТ(МИИТ) от 10.03.2021 № 173/а, к результатам освоения образовательных программ.

Программа разработана Центром развития инфраструктуры, технологий, бизнеса вокзальных и транспортно-пересадочных комплексов ИУЦТ РУТ (МИИТ).

ЦЕЛЕВАЯ УСТАНОВКА

Цель обучения:

– совершенствование компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области клиентоориентированности и безупречного сервиса на вокзальном комплексе;

– повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Категория слушателей: лица, имеющие среднее профессиональное образование; лица, получающие высшее образование; лица, имеющие высшее образование.

Должностная категория слушателей: Руководители, специалисты и служащие.

1. Начальники железнодорожных вокзалов, заместители начальников железнодорожных вокзалов, начальники и специалисты отделов по организации работы вокзалов органов управления РДЖВ.

Форма обучения: очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

Трудоемкость программы: 40 академических часов,
из них: очное обучение – 24 часа,
заочное обучение с применением дистанционных образовательных технологий – 16 часов.

Сроки освоения программы: 5 календарных дней.

Режим занятий: 8 часов в день:

- очный модуль, 24 часа, с отрывом от производства на базе Института управления и цифровых технологий, РУТ (МИИТ), 3 рабочих дня;
- дистанционный модуль, 16 часов, без отрыва от производства, 2 дня.

ПЛАНРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В ходе обучения дать слушателям теоретические и практические знания в области клиентоориентированности и безупречного сервиса на вокзальных комплексах, результатом получения которых будет:

совершенствование профессиональных компетенций:

| Перечень профессиональных компетенций | Характеристика профессиональных компетенций | | |
|---|--|---|--|
| | перечень знаний | перечень умений | практический опыт |
| Способность организовывать работу малых коллективов исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации производства и труда, организовывать работу по повышению квалификации персонала (ПК-14) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Цели и задачи рационализации сервисного обслуживания. 2. Основы корпоративной культуры. 3. Цикл обслуживания, свою роль в нем, параметры отличного обслуживания. 4. Правила этикета для различных ситуаций общения. 5. Стандарты клиентоориентированного обслуживания с учетом международного опыта. 6. Стандарты делового стиля сотрудника ОАО «РЖД». | <ol style="list-style-type: none"> 1. Профессионально устанавливать контакт с клиентом. 2. Применять метод визуальной диагностики психоэмоционального состояния человека и его типологизации. 3. Эффективно работать с жалобами, обслуживать конфликтного клиента. 4. Четко определять цель коммуникации и выбирать средства для ее достижения. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Своевременно и качественно осуществлять текущий контроль. 2. Эффективно делегировать задачи из зоны своей ответственности. 3. Эффективно обслуживать пассажиров разных категорий. |
| Способность организовывать работу малых коллективов и исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации производства и труда, организовывать работу по повышению квалификации персонала (ПК-14) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Навыки межличностного взаимодействия и общения. 2. Основы адаптации к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей. 3. Общие закономерности развития стресса. 4. Физиологические и психологические методы диагностики и коррекции стресса. 5. Правила и стандарты обслуживания пассажиров категории «VIP». | <ol style="list-style-type: none"> 1. Использовать навыки межличностного взаимодействия и общения. 2. Анализировать свои возможности, адаптироваться к новым ситуациям, переоценивать накопленный опыт. 3. Оптимизировать состояние организма при стрессовом факторе. 4. Корректировать психические процессы и формировать стрессоустойчивость к негативным факторам среды. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Навыки межличностного взаимодействия и общения. 2. Навыки самостоятельного нахождения оптимальных путей преодоления конфликтных ситуаций. 3. Навыки контроля поведения в стрессе. |

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

| № п/п | Наименование модулей | Трудо- емкость, ак. час. | Из них занятия | | | | | | | | Форма аттестации, трудоем- кость, ак. час. | |
|-----------|--|--------------------------------|-----------------------|----------|------------------------|----------|-------------------------|----------|-----------------------------|---|--|--|
| | | | лекцион- ного типа | | семинарс- кого типа | | практичес- кого типа | | консультаци- онного типа | | | |
| | | | О | З | О | З | О | З | О | З | | |
| 1. | Идеология бренда ОАО «РЖД» и бренд-ориентированное поведение | 6 | 4 | 2 | | | | | | | | |
| 1.1 | Современное состояние компании ОАО «РЖД» | 1 | 1 | | | | | | | | | |
| 1.2 | Понятие бренда «РЖД», его значение для холдинга | 2 | 1 | 1 | | | | | | | | |
| 1.3 | Идеология бренда «РЖД» | 2 | 1 | 1 | | | | | | | | |
| 1.4 | Бренд-ориентированное поведение и Модель корпоративных компетенций ОАО «РЖД» | 1 | 1 | | | | | | | | | |
| 2. | Управление клиентскими сервисами | 6 | 4 | 2 | | | | | | | | |
| 2.1 | Клиентский сервис: основные понятия, цели и задачи | 1,5 | 0,5 | 1 | | | | | | | | |
| 2.2 | Система клиентского сервиса | 1,5 | 0,5 | 1 | | | | | | | | |
| 2.3 | Организация кросс-функционального взаимодействия | 1 | 1 | | | | | | | | | |
| 2.4 | Построение пути клиента | 1 | 1 | | | | | | | | | |
| 2.5 | Описание ключевых бизнес-процессов | 1 | 1 | | | | | | | | | |
| 3. | Маркетинговый план пассажирских услуг и сервисов. Как увеличить прибыль | 14 | | | 8 | 6 | | | | | | |
| 3.1 | Описание рынка пассажирской услуги, анализ конкурентной среды | 3 | | | 1 | 2 | | | | | | |
| 3.2 | Основные компоненты маркетинговой стратегии | 3 | | | 1 | 2 | | | | | | |
| 3.3 | Дерево целей компании | 1 | | | 1 | | | | | | | |
| 3.4 | Формирование стратегии продвижения | 3 | | | 1 | 2 | | | | | | |
| 3.5 | Маркетинговый план и план продаж | 2 | | | 2 | | | | | | | |
| 3.6 | Финансовый план маркетинга | 2 | | | 2 | | | | | | | |
| 4. | Работа с конфликтными пассажирами и/или клиентами. Стрессоустойчивость и поддержание ресурсного состояния | 12 | | | | | 8 | 4 | | | | |
| 5. | Итоговая аттестация | 2 | | | | | | | | | | |
| | ИТОГО | 40 | 8 | 4 | 8 | 6 | 8 | 4 | | | | |

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

| № п/п | Наименование модуля | Количество учебных часов по учебным неделям (Н) и дням (Д) | | | | | | Итого |
|----------|---|--|----------|----------------|----|----------|----|-----------|
| | | Заочное (дистанционное) обучение | | Очное обучение | | | | |
| | | Н1 | Д1 | Д2 | Д3 | Д4 | Д5 | |
| 1. | Идеология бренда ОАО «РЖД» и бренд-ориентированное поведение | 2 | 4 | | | | | 6 |
| 2. | Управление клиентскими сервисами | 2 | 4 | | | | | 6 |
| 3. | Маркетинговый план пассажирских услуг и сервисов. Как увеличить прибыль | 6 | | 8 | | | | 14 |
| 4. | Работа с конфликтными пассажирами и/или клиентами. Стрессоустойчивость и поддержание ресурсного состояния | 4 | | | | 8 | | 12 |
| 5. | Итоговая аттестация | 2 | | | | | | 2 |
| | Всего учебных часов | 16 | 8 | 8 | | 8 | | 40 |

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ МОДУЛЕЙ

МОДУЛЬ 1. ИДЕОЛОГИЯ БРЕНДА ОАО «РЖД» И БРЕНД-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Тема 1.1. Современное состояние компании ОАО «РЖД»

Миссия, ценности и задачи компании.

Тема 1.2. Понятие бренда «РЖД», его значение для холдинга

Определение понятия «бренд». Бренды и «безымянные» продукты. Почему существует множество подделок под известные бренды. Что такое бренд. Функции бренда. Основной закон сильного бренда. Зачем компании нужен бренд. Ребрендинг «РЖД».

Тема 1.3. Идеология бренда «РЖД»

Платформа бренда: видение, миссия, ценности. Архитектура бренда. Монолитная архитектура бренда. Самые дорогие бренды мира – монолиты. Система управления брендом.

Тема 1.4. Бренд-ориентированное поведение и Модель корпоративных компетенций ОАО «РЖД»

Определение «Бренд-ориентированное поведение». Фирменный стиль бренда «РЖД». Определение понятия «компетенция». От стратегии к бренд-ориентированному поведению. Понятие «компетенция» и «модель компетенций». Модель корпоративных компетенций ОАО «РЖД». Как создавалась модель корпоративных компетенций ОАО «РЖД». Принципы формирования МКК ОАО «РЖД». 4 уровня должностей в Модели компетенций ОАО «РЖД». Сферы применения модели корпоративных компетенций. От ценностей к поведенческим индикаторам.

МОДУЛЬ 2. УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКИМИ СЕРВИСАМИ

Тема 2.1. Клиентский сервис: основные понятия, цели и задачи

Клиентоориентированность, лояльность и клиентский опыт. Определение приоритетных целей клиентского сервиса и поиск ресурсов для их достижения. Презентация и защита концепции клиентского сервиса.

Тема 2.2. Система клиентского сервиса

Составные элементы клиентских сервисов компании. Принципы оценивания пассажирами и/или клиентами. Типовая структура и основные метрики клиентского сервиса. Эффективная работа с клиентами и получение от них обратной связи.

Тема 2.3. Организация кросс-функционального взаимодействия

Анализ обратной связи от пассажиров и/или клиентов и определение точек роста для развития. Передача информации, которую сообщают клиенты. Эффективное взаимодействие со смежными подразделениями и что делать при форс-мажоре с клиентом.

Тема 2.4. Построение пути клиента

Определение точек касания бренда с пассажиром и/или клиентом. Выстраивание коммуникации в такие моменты и повышение клиентской лояльности.

Тема 2.5. Описание ключевых бизнес-процессов

Изучение основных процессов взаимодействия с внутренними и внешними клиентами и визуализация информации. Снижение издержек и использование инструментов для увеличения прибыли.

МОДУЛЬ 3. МАРКЕТИНГ ПАССАЖИРСКИХ УСЛУГ И СЕРВИСОВ. КАК УВЕЛИЧИТЬ ПРИБЫЛЬ

Тема 3.1. Описание рынка пассажирской услуги, анализ конкурентной среды

Анализ внешних факторов, внутренней среды и ресурсов на пассажирском транспорте. Объём рынка услуги, резиденты рынка. Классификация актуальных целевых аудиторий. Мотивация клиентов ОАО «РЖД», пользующихся услугой. Позиционирование услуги на рынке. Основные рыночные тренды и перспективы развития услуги. Маркетинг пассажирских услуг.

Тема 3.2. Основные компоненты маркетинговой стратегии

Концепция услуги. Конкурентные преимущества. Уникальное торговое предложение – фундамент рыночной позиции. Как сформировать эффективное УТП. Стратегическая канва бизнеса. Ценообразование, коридоры цен. Каналы коммуникации с пассажиром и/или клиентом, точки касания пассажира и/или клиента. Повышение качества пассажирских услуг. Инструменты маркетингового комплекса на ж.д. транспорте. Субъекты бизнес-процесса по развитию коммерческих услуг на вокзале.

Тема 3.3. Дерево целей компании

Бизнес-цели: доля рынка, максимизация прибыли, увеличение объёма продаж.

Маркетинговые цели: повышение узнаваемости услуги, формирование лояльности клиентов, расширение клиентской базы, увеличение частоты использования услуги.

Анализ коэффициента использования услуги.

Тема 3.4. Формирование стратегии продвижения

Методы управления маркетингом. Торговый маркетинг и стимулирование конечных потребителей. Интегрированные маркетинговые коммуникации, маркетинг-микс. Дизайн коммуникаций. Новые каналы продаж услуг. Использование инструментов цифрового маркетинга. Сетевой подход как инструмент управления качеством и повышения доходности вокзала. Сегменты сетевых услуг. Совершенствование зонирования вокзальных комплексов.

Тема 3.5. Маркетинговый план и план продаж

Как составить систему показателей КРІ. Основные разделы маркетингового плана. Стратегия конверсии. Контроль качества по методике «Таинственный покупатель».

Тема 3.6. Финансовый план маркетинга

Прогноз продаж, динамика продаж по товарным группам. Принципы распределения расходов по направлениям маркетинговой деятельности. Основные принципы и методы деятельности Дирекции в сфере управления коммерческой недвижимостью и развития бизнес-проектов.

МОДУЛЬ 4. РАБОТА С КОНФЛИКТНЫМИ ПАССАЖИРАМИ И/ИЛИ КЛИЕНТАМИ. СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТЬ И ПОДДЕРЖАНИЕ РЕСУРСНОГО СОСТОЯНИЯ

- Клиентоориентированность. Основные понятия и принципы.
- Всегда ли пассажир/клиент прав? Может ли он заблуждаться?
- Модель диалога с пассажиром/клиентом в сложной ситуации (он не согласен с вашим мнением). Крайности выхода и конструктивного диалога. Самооценка по итогу анализа результатов предварительного онлайн-тестирования.
- Матрица влияния на оппонента в процессе беседы. Как повышать уровень доверия к себе и своим предложениям?
- Корректное донесение своих мыслей. Искажение информации в процессе коммуникации. Модель «4 языка, 4 уха».
- Личные мотивы людей. Различие между целями, методами их достижения и личными мотивами.
- Как предлагать пассажиру услуги, соответствующие его потребностям? Модель потребностей по Р. Шнаппауфу.
- Позиционирование в процессе коммуникации. Как общаться на равных с любым сложным оппонентом? Работа с претензиями.

МОДУЛЬ 5. ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ.

Оценка уровня освоения программы слушателями.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Реализация учебной программы проводится в полном соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации в области образования, нормативными правовыми актами, регламентирующими данные направления деятельности.

Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса

Реализация образовательного процесса обеспечивается высококвалифицированным профессорско-преподавательским составом, имеющим высшее образование и отвечающим квалификационным требованиям, указанным в Едином квалификационном справочнике, утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11.01.2011 № 1н, требованиям профессионального стандарта «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2015 № 608н, научными работниками, руководителями и специалистами профильных организаций и предприятий, имеющими большой опыт практической работы (свыше 5-ти лет) в области профессиональной деятельности, соответствующей направленности программы.

Количественно-качественная характеристика педагогических кадров, обеспечивающих образовательный процесс, отражена в следующей таблице:

| Заведующие кафедрами, профессора (имеющие ученую степень и/или ученое звание) | Доценты, старшие преподаватели, (имеющие ученую степень и/или ученое звание) | Научные работники | Иные категории преподавательского состава |
|---|--|-------------------|---|
| 1 | 1 | | 2 |

Требования к материально-техническим условиям

Для обеспечения проведения занятий очного модуля предусмотрено использование кабинетов Института управления и цифровых технологий. Указанные помещения, технические комплексы и средства по согласованию с заказчиком имеют следующее техническое оснащение, приведенное в таблице:

| Общая характеристика помещения | Количество помещений | Вместимость помещения, чел. | Оснащение средствами отображения данных, доступа к информационным сетям, возможности применения |
|--------------------------------|----------------------|-----------------------------|---|
| Учебная аудитория | 1 | 36 | оснащена средствами отображения данных на большой экран, Wi-Fi, макетом интермодальных транспортных систем (модуль «Транспортно-пересадочный комплекс») |

Используемое материально-техническое оснащение способствует лучшему теоретическому и практическому усвоению материала программы.

Требования к информационным и учебно-методическим условиям

Для прохождения дистанционного модуля программы слушателю необходимо иметь стандартный персональный компьютер (ноутбук), который отвечает следующим минимальным аппаратным требованиям:

- разрешение экрана монитора должно быть не ниже 1024x768 пикселей. Оптимальным для работы с курсом является разрешение 1280×1024 пикселей;
- компьютер (ноутбук) должен быть подключен к сети (Internet) со скоростью не ниже чем 1Mb/c;
- процессор с тактовой частотой не менее 1GHz;
- объём оперативной памяти более 512 Мб.

На компьютере обучаемого должны быть установлены следующие программные продукты:

- операционные системы Windows 2000/XP/Vista/7, MacOS, Ubuntu (или большинство линукс-подобных операционных систем);
- браузеры для доступа к содержимому курса: IE v 8, 9, 10, актуальные версии Chrome, Firefox или Yandex, Opera, Safari;
- плагин браузера Adobe Flash Player (v 10 или выше) для просмотра флеш-роликов в курсе;
- Adobe Acrobat для просмотра дополнительных материалов курса (документов в формате PDF);

– Microsoft Office (Word и Excel) для просмотра дополнительных материалов курса.

Общие требования к организации образовательного процесса

Программа повышения квалификации проводится в очно-заочной форме:

- первая неделя проводится дистанционно (самостоятельное обучение);
- вторая неделя – очное обучение: занятия проходят согласно расписанию.

Реализация программы осуществляется с применением дистанционных образовательных технологий. Материалы для изучения размещаются в Системе дистанционного обучения. Доступ к материалам программы осуществляется с использованием информационных технологий, технических средств, информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих возможность самостоятельного изучения обучающимися материалов программы с рабочих мест обучаемых или личных персональных компьютеров.

При обучении используются следующие технические комплексы, программы и иные средства, способствующие лучшему теоретическому и практическому усвоению программного материала:

1. Система дистанционного обучения.
2. Персональный компьютер обучаемого.

Материалы для изучения (далее – Контенты) размещаются в базе данных Системы дистанционного обучения. Доступ к базе данных осуществляется с использованием информационных технологий, технических средств, информационно-телекоммуникационных сетей Internet, обеспечивающих возможность самостоятельного изучения обучающимися Контентов с рабочих мест.

Доступ к материалам программы обеспечивается круглосуточно.

С помощью браузера обучаемый получает возможность изучать основной материал программы, а так же скачивать или просматривать методические пособия и дополнительный учебный материал.

Учебно-методическая помощь обучающимся оказывается профессорско-преподавательским составом путем взаимодействия по электронным каналам связи.

Лекционные и семинарские занятия проводятся с использованием методов интенсивного обучения, направленных на развитие знаний и умений по совершенствуемым компетенциям.

Практические занятия проводятся с целью формирования навыков практической направленности, освоение слушателями нового практического опыта. Формирование практических навыков проводится с применением имитационных тренажеров, деловых игр, web-квестов, мультимедийных обучающих программ, тренингов.

Для закрепления изучаемого материала проводится итоговая аттестация.

Итоговая аттестация слушателя программы осуществляется в заочной форме.

ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Оценка уровня знаний слушателей производится по результатам итоговой аттестации в виде тестирования в форме, определенной Дополнительной профессиональной программой.

Форма итоговой аттестации – зачет.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Перечень вопросов для подготовки к итоговой аттестации:

1. Правила, которые необходимо соблюдать для сохранения конструктивного стиля общения в сложных ситуациях.
2. История возникновения и развития подхода CRM в России.
3. Назовите и дайте характеристику основным типам CRM.
4. Что представляет собой процесс разработки стратегии CRM, из каких частей состоит?
5. Что такое бизнес-видение? Из каких элементов состоит?
6. Охарактеризуйте ценность, получаемую клиентом от компании, в чем она заключается?
7. Что выгоднее: привлекать новых или удерживать старых клиентов и почему?
8. В чем состоит суть и значение процесса многоканальной интеграции?
9. Предмет и задачи конфликтологии в различных сферах человеческого взаимодействия.
10. Природа конфликта.
11. Структура социального конфликта.
12. Источники причины возникновения конфликтов.
13. Динамика конфликта.
14. Функции конфликтов.
15. Типология конфликтов.
16. Диагностика конфликтов.
17. Причины и источники внутриличностных конфликтов и формы их проявления.
18. Виды внутриличностных конфликтов.

19. Основные способы разрешения внутриличностных конфликтов.
20. Понятие межличностных конфликтов, их причины.
21. Причины возникновения групповых конфликтов и их классификация.
22. Предупреждение межличностных и групповых конфликтов.
23. Конфликты в организациях: особенности возникновения и протекания.
24. Конфликты между руководителями и подчиненными, их предупреждение и регулирование.
25. Трудовые конфликты и пути их разрешения.
26. Переговоры как один из основных методов разрешения конфликта. Посредничество в переговорах.
27. Предпосылки и механизмы разрешения конфликтов.
28. Субъективные аспекты конфликта, типы участников конфликта.
29. Представление об общих, типичных и единичных свойствах психики человека.
30. Назовите разделы плана маркетинга? Зачем он нужен?
31. С чего необходимо начать составление плана маркетинга?
32. Какие возможности для увеличения торговой выручки вы видите в зоне вашей ответственности?
33. В чем заключается уникальное торговое предложение вашей услуги?
34. Кто является целевой аудиторией вашей услуги?
35. Какие возможности цифрового маркетинга вы используете или планируете использовать в своей деятельности?
36. Что такое KPI? Какие показатели KPI вы используете?
37. Что такое лояльность клиентов? Каких своих клиентов вы считаете лояльными? Что вы делаете для того, чтобы повысить лояльность клиентов?
38. Объясните разницу между торговым маркетингом и стимулированием конечных потребителей?
39. Какие вы видите каналы коммуникации с клиентами услуги?
40. Назовите разделы плана маркетинга? Зачем он нужен?
41. С чего необходимо начать составление плана маркетинга? Какие возможности для увеличения торговой выручки вы видите в зоне вашей ответственности?
42. Что такое лояльность клиентов? Каких своих клиентов вы считаете лояльными? Что вы делаете для того, чтобы повысить лояльность клиентов?
43. Объясните разницу между торговым маркетингом и стимулированием конечных потребителей?
44. Как установить правильную цену на услугу?
45. Как можно расширить клиентскую базу вашей услуги?
46. Какие вы видите каналы коммуникации с клиентами услуги?
47. Как формируются цели маркетинга, что такое маркетинг-микс?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

| №№ п/п | Наименование | Разделы и темы программы |
|-----------|--|--------------------------------|
| 1 | Конституция Российской Федерации | 1-4 |
| 2 | Федеральные законы | |
| 2.1 | Федеральный закон «О железнодорожном транспорте в Российской Федерации» от 28.07.2012 № 131-ФЗ. | 1-4 |
| 2.2 | Федеральный закон Российской Федерации «Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации». от 10.01.2003 № 18-ФЗ (в ред. Федерального закона от 14.06.2012 №78-ФЗ). | 1-4 |
| 2.3 | Федеральный закон Российской Федерации «Об основах охраны труда в Российской Федерации» от 17.07.1999 № 181-ФЗ. | 1-4 |
| 2.4 | Федеральный закон «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний от 24.07.1998» № 125-ФЗ | 1-4 |
| 2.5 | Федеральный закон «О промышленной безопасности опасных производственных объектов» от 21 июля 1997 № 116-ФЗ | 1-4 |
| 2.6 | Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ. | 1-4 |
| 2.7 | Федеральный закон от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации». | 1-4 |
| 2.8 | Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ «Гражданский Кодекс Российской Федерации». | 1-4 |
| 2.9 | Федеральный закон Российской Федерации от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей». | 1-4 |
| 2.10 | Федеральный закон Российской Федерации от 02.08.1995 №122-ФЗ «О социальном обслуживании граждан пожилого возраста и инвалидов». | 1-4 |
| 2.11 | Постановление Правительства Российской Федерации от 17.03.2011 №175 «О государственной программе Российской Федерации «Доступная среда» на 2011–2015 годы». | 1-4 |
| 3. | Ведомственные нормативные правовые акты | |
| 3.1 | Правила оказания услуг по перевозкам на железнодорожном транспорте пассажиров, а также грузов, багажа и грузобагажа для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (Постановление Правительства РФ от 02.03.2005 № 111). | 1-4 |
| 3.2 | Правила перевозок пассажиров, багажа и грузобагажа железнодорожным транспортом (Приказ Министерства транспорта РФ от 19.12.2013 №473). | 1-4 |
| 4. | Ведомственные документы | 1-4 |
| 4.1 | Стратегия развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.06.2008г. №877-р. | 1-4 |
| 4.2 | Концепция развития Дирекции железнодорожных вокзалов – филиала ОАО «РЖД» до 2030 года. | 1-4 |
| 4.3 | Типовой технологический процесс работы вокзала. | 1-4 |
| 4.4 | Правила этики общения при обслуживании маломобильных пассажиров на железнодорожном транспорте, утв. Распоряжением ОАО «РЖД» от 27.08.2013 №1835р. | 1-4 |
| 5 | Иная литература | |
| 5.1 | Беляцкая Т.Н., Маклакова О.М. Маркетинг. Методика составления плана. Учебно-методическое пособие. — Минск: БГУИР, 2016. | 1-4 |
| 5.2 | Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. СПб.: Питер, 2007. | 1-4 |
| 5.3 | Разработка плана маркетинга. Методология и кейсы. Учебное пособие. М.; МГИМО МИД России, каф. менеджмента, маркетинга и коммерции, 2007. | 1-4 |
| 5.4 | Михальский А.В. Маркетинговый план своими силами. СПб.: Питер, 2008. | 1-4 |
| 5.5 | Маркетинговый анализ компаний на российских рынках. Сборник статей. Экономический факультет МГУ, Москва, 2015. | 1-4 |

| №№ п/п | Наименование | Разделы и темы программы |
|-----------|---|--------------------------------|
| 5.6 | Собчик Е. О проблемах создания корпоративной культуры в российских компаниях. Царское ли это дело? (из опыта работы с крупнейшими коммерческими организациями) / Е. Собчик // Московский психологический журнал. - 2007. - №2. - С. 28-36. | 1-4 |
| 5.7 | Гуревич, П.С. Психология личности : учебное пособие / П.С. Гуревич. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. | 1-4 |
| 5.8 | Крегер, О. Почему мы такие?: 16 типов личности, определяющих, как мы живем, работаем и любим / О. Крегер, Т. Джанет. - М. : Альпина Паблишер, 2013. - 356 с. | 1-4 |
| 5.9 | Томалинцев, В.Н. Типы личности и война между ними. Комплексное исследование фактора личностного предназначения в структуре самосознания / В.Н. Томалинцев. - СПб : Алетейя, 2014. - 262 с. | 1-4 |
| 5.10 | Человек, субъект, личность в современной психологии: Материалы Международной конференции, посвященной 80-летию А.В. Брушлинского / Российская академия наук, Институт психологии ; отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко. - М. : Институт психологии РАН, 2013. - Том 2. - 502 с. | 1-4 |
| 5.11 | Человек, субъект, личность в современной психологии: Материалы Международной конференции, посвященной 80-летию А.В. Брушлинского / Российская академия наук, Институт психологии ; отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко. - М. : Институт психологии РАН, 2013. - Том 2. - 502 с. | 1-4 |
| 5.12 | Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Учебное пособие. Тюмень, 2007. | 1-4 |
| 5.13 | Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. Уч. пособие. М., 2004. | 1-4 |
| 5.14 | Введенская Л.А. Деловая риторика. Ростов-на-Дону, 2003. | 1-4 |
| 5.15 | Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Основы речевой коммуникации (раздел «Этика и психология речевого общения»). | 1-4 |
| 5.16 | Егоршин А.П. Этика деловых отношений. Уч. пособие. Нижний Новгород, 2005. | 1-4 |
| 5.17 | Кузин Ф.А. Имидж бизнесмена. Практическое пособие. М., 1996. | 1-4 |
| 5.18 | Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб, 1999. | 1-4 |
| 5.19 | Поваляева Н.А. Деловое общение. Уч. пособие. Ростов-на-Дону, 2005. | 1-4 |
| 5.20 | Психология и этика делового общения. Под ред. В.Н. Лавриненко. 5-е изд. М., 2006. | 1-4 |
| 5.21 | Смелкова З.С. Деловой человек: культура речевого общения. Пособие и словарь-справочник. М., 1997. | 1-4 |
| 5.22 | Фокс С. Деловой этикет для «чайников». 2-е изд-е. М., 2007. | 1-4 |
| 5.23 | Гремлинг С., Ауэрбах С. Практикум по управлению стрессом. – СПб.: Питер, 2002. | 1-4 |
| 5.24 | Краткий психологический словарь/ сост. Л.А. Карпенко; под общ. ред. А.А. Петровского, М.Г. Ярошевского. - М., 1985. | 1-4 |
| 5.25 | Леонгард К. Акцентуированные личности. - Ростов-на Дону, 2000. | 1-4 |
| 5.26 | Маслоу А. Мотивация и личность. - Питер, 2011. | 1-4 |
| 5.27 | Матафонова Т.Ю. Приемы психологической саморегуляции. (Практическое пособие для спасателей МЧС). – М., 2005. | 1-4 |
| 5.28 | Проблемы психологической безопасности личности: теоретические и экспериментальные исследования / Р. Агузумян и др. – Ер., Изд-во ЕГУ, 2013. – 136 с. | 1-4 |
| 5.29 | Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / В.Ю. Дорошенко, Л.И. Зотова, В.Н. Лавриненко и др./ под ред. проф. В.Н. Лавриненко. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. - 279 с. | 1-4 |
| 5.30 | Сокольская М.В., Карпов А.В. Психология личностного здоровья профессионала. Метасистемный подход : монография. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2017. – 559 с. | 1-4 |

| №№ п/п | Наименование | Разделы и темы программы |
|-----------|--|--------------------------------|
| 5.31 | Меграбян А. Психодиагностика невербального поведения. – СПб.:Речь, 2001. – 256 с. | 1-4 |
| 5.32 | Оглоблин С.И., Молчанова А.Ю. Инструментальная детекция лжи. М.: Ньюанс, 2004. – 447. | 1-4 |
| 5.33 | Олдерт Фрай Детекция лжи и обмана. М.: Издательство: Прайм-Еврознак, 2005. 320 с. | 1-4 |
| 5.34 | Равенский Н. Как читать человека. Черты лица, жесты, позы, мимика». – М.: РИПОЛ классик, 2007. –121 с. | 1-4 |
| 5.35 | Экман Пол Психология лжи. Обмани меня, если сможешь. – СПб.: Питер, 2010. – 125 с. | 1-4 |

И.о. заместителя директора ИУЦТ по ДПО



О.В. Кизим

Учебная программа разработана:

Начальником Центра развития инфраструктуры,

технологий, бизнеса вокзальных

и транспортно-пересадочных комплексов,

+7 964 642 77 77, kadr-miit@bk.ru



П.А. Егоров