

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет инновационных технологий

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ОПОП

 В. И. Сырямкин

«27» августа 2021 г.

Оценочные материалы
текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Управление рекламациями работа с потребителями

по направлению подготовки

27.03.02 Управление качеством

Направленность (профиль) подготовки:

Управление качеством в производственно-технологических системах

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

1. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины (индикатор достижения компетенции)	Планируемые образовательные результаты (ОР) обучения по дисциплине
ИУК-4.1 Осуществляет коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий.	ОР 4.1.1 Применять коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на русском языке. ОР 4.1.2 Применять информационно-коммуникационные технологии.
ИПК-2.2 Проводит исследование заключений по поступающим претензиям и рекламациям, и выявленным дефектам, вызывающим ухудшение качественных и количественных показателей продукции (работ, услуг).	ОР 2.2.1 Анализировать заключения по поступающим претензиям и рекламациям, и выявленным дефектам, вызывающим ухудшение качественных и количественных показателей продукции (работ, услуг).

2. Этапы достижения образовательных результатов в процессе освоения дисциплины

№	Разделы и(или) темы дисциплин	Образовательные результаты	Формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1.	Введение: понятие рекламационной деятельности, ее цель и задачи.	ОР 4.1.1	Текущий контроль: контроль посещаемости, опросы Промежуточная аттестация: Зачет
2.	Нормативные и документационные основы рекламационной деятельности	ОР 4.1.1 ОР 4.1.2	Текущий контроль: контроль посещаемости, опросы, выполнение индивидуальных проектов Промежуточная аттестация: Зачет
3.	Методы рекламационной работы с потребителем	ОР 4.1.1	Текущий контроль: контроль посещаемости, опросы, выполнение индивидуальных проектов Промежуточная аттестация: Зачет
4.	Алгоритмы управления рекламационной деятельности	ОР 2.2.1 ОР 4.1.2	Текущий контроль: контроль посещаемости, опросы, выполнение индивидуальных проектов Промежуточная аттестация: Зачет

3. Оценочные средства для проведения текущего контроля и методические материалы, определяющие процедуру их оценивания

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

4. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится по завершении изучения дисциплины в виде процедуры по билетам в письменной форме, которые содержат 1 теоретический вопрос и 2 практических задания.

Перечень теоретических вопросов

1. Терминология процесса управления рекламационной деятельностью.
2. Классификация рекламаций.
3. Основные правила клиенториентированной работы
4. Законодательно-нормативная база рекламационной деятельности.
5. Документация, регламентирующая рекламационную работу.
6. Методы рекламационной работы с потребителем.
7. Процедура ведения рекламационной работы.
8. Порядок предъявления претензий и исков.
9. Порядок предъявления жалоб.
10. Порядок вызова представителя поставщика по рекламации.
11. Порядок исследования изделий по рекламации.
12. Порядок удовлетворения/отклонения рекламаций.
13. Принципы клиентоориентированности
14. Правовые нормы, регламентирующие взаимоотношения организаций изготовителей (поставщиков) и потребителей при обеспечении контроля качества поставляемых изделий/продукции.
15. Роль рекламационной работы в обеспечении качества и надежности продукции и поддержании ее в технически исправном состоянии в эксплуатирующих организациях заказчика.
16. Деятельность поставщика продукции по удовлетворению рекламации потребителя (получателя), порядок и сроки удовлетворения рекламации.
17. Участники рекламационной работы, их взаимодействие, полномочия.
18. Порядок предъявления и удовлетворения рекламации. Порядок оформления.
19. Уведомление о вызове поставщика, рекламационный акт, акт исследования, акт удовлетворения рекламации.
20. Участие и контроль заказчика за выполнением требований стандартов по рекламационной работе поставщиками.
21. Типовые нарушения, допускаемые при выполнении рекламационной работы предприятиями и их должностными лицами.
22. Решения, принимаемые по итогам рекламационной работе. Рекомендации по устранению нарушений.
23. Взаимодействие поставщик-потребитель и меры профилактики рекламаций.

Примеры практического задания:

1. Разработать процесс «Мониторинг удовлетворенности потребителей»
2. Разработать процесс «Рассмотрение претензий и рекламаций»

3. Разработать процесс «Рассмотрение жалоб»
4. Разработать шаблон формы рекламационного акта
5. Разработать шаблон формы акта удовлетворения рекламации

Результаты зачета определяются оценками «зачтено», «не зачтено».

В основе оценивания ответов на зачёте лежат принципы объективности, справедливости и всестороннего анализа уровня знаний студентов.

При выставлении *«зачтено»* оценивается: знание фактического материала, а также культура речи, глубина знания, аргументированность ответа, связь теории и практики, умение решить задачу.

«Не зачтено» ставится студенту, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе и допустившему принципиальные ошибки при ответе на вопросы билета.

Студент имеет право проходить промежуточную аттестацию вне зависимости от результатов текущей.