

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

Факультет инновационных технологий

УТВЕРЖДАЮ:

Декан

 С. В. Шидловский

«27» августа 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

Управление рекламациями работа с потребителями

по направлению подготовки

27.03.02 Управление качеством

Направленность (профиль) подготовки:

Управление качеством в производственно-технологических системах

Форма обучения

Заочная

Квалификация

Бакалавр

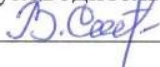
Год приема

2021


Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.07

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 В.И. Сырямкин

Председатель УМК

 О.В. Вусович

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– УК-4 – Способен осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

– ПК-2 – Способен разрабатывать мероприятия по предотвращению выпуска продукции (работ, услуг), не соответствующих требованиям нормативно-технической документации, утвержденным образцам (эталонам), условиям договоров.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

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.

ИПК-2.2 Проводит исследование заключений по поступающим претензиям и рекламациям, и выявленным дефектам, вызывающим ухудшение качественных и количественных показателей продукции (работ, услуг).

2. Задачи освоения дисциплины

– Освоить понятийный аппарат о рекламационной работе в области удовлетворенности потребителей.

– Рассмотреть процедуру ведения рекламационной работы.

– Изучить основные методы процесса выстраивания, поддержания и развития долгосрочных отношений с потребителями для повышения их удовлетворенности.

– Научится собирать и обрабатывать информацию об удовлетворенности потребителей с помощью методов рекламационной работы с потребителем.

– Научиться применять понятийный аппарат о рекламационной работе в области удовлетворенности потребителей для решения практических задач профессиональной деятельности.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Восьмой семестр, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: Всеобщее управление качеством, Инструменты и методы управления качеством, Правоведение, Предпринимательство и бизнес-планирование, Риск-менеджмент, Метрология и основы технического регулирования, Документационное обеспечение управления качеством, Российские и международные стандарты качества, Производственный менеджмент, Маркетинг в профессиональной сфере, Стандартизация и сертификация продукции/услуг, Показатели качества продукции/услуг, Аудит и консалтинг в области управления качеством продукции/услуг, Управление качеством продукции/услуг.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа, из которых:

– лекции: 2 ч.;

– практические занятия: 4 ч.;

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Тема 1. Введение: понятие рекламационной деятельности, ее цель и задачи.

Основы понятийного аппарата о рекламационной работе в области удовлетворенности потребителей. Терминология процесса управления рекламационной деятельности. Классификация рекламаций. Основные правила клиенториентированной работы.

Тема 2. Нормативные и документационные основы рекламационной деятельности.

Законодательно-нормативная база рекламационной деятельности. Документация, регламентирующая рекламационную работу.

Тема 3. Методы рекламационной работы с потребителем.

Основные методы процесса выстраивания, поддержания и развития отношений с потребителями для повышения их удовлетворенности.

Тема 4. Алгоритмы управления рекламационной деятельностью

Процедура ведения рекламационной работы. Порядок предъявления претензий и исков. Порядок вызова представителя поставщика по рекламации. Порядок исследования изделий по рекламации. Порядок удовлетворения/отклонения рекламаций.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет в восьмом семестре проводится в письменной форме по билетам. Билет содержит 1 теоретический вопрос и 2 практических задания. Продолжительность зачета 1,5 часа.

Примерный 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.

Примеры практического задания:

1. Разработать процесс «Мониторинг удовлетворенности потребителей»
2. Разработать процесс «Рассмотрение претензий и рекламаций»
3. 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.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle»

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Гродзенский С. Я. Управление качеством : учебник. – Москва : Проспект, 2018. – 320 с. – URL: [preview_upravlenie_kachestvom_379725%20\(1\).pdf](#)

б) дополнительная литература:

1. ГОСТ Р ИСО 10002-2020 Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Руководящие указания по управлению претензиями в организациях. Официальное издание. М.: Стандартинформ, 2020

2. ГОСТ Р ИСО 10004-2020 Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Руководящие указания по мониторингу и измерению. Официальное издание. М.: Стандартинформ, 2020

3 ГОСТ Р ИСО 10003-2020 Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Руководящие указания по урегулированию спорных вопросов вне организации. Стандартинформ, 2020

4 ГОСТ Р ИСО 10001-2009 Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Рекомендации по правилам поведения для организаций (Переиздание). Официальное издание. М.: Стандартинформ, 2020

5. Салимова, Т.А. Управление качеством : учеб. по специальности «Менеджмент организации» / Т. А. Салимова. – М. : Издательство «ОмегаЛ», 2008. – 414 с. – URL: https://www.biznesbooks.com/components/com_jshopping/files/demo_products/salimova-t-a-upravlenie-kachestvom.pdf

6. Шевчук, Д.А. Управление качеством : [учебник] / Д.А. Шевчук.– М. : ГроссМедиа, РОСБУХ, 2008. – 216 с. – URL: <http://xn--90ahkajq3b6a.xn--2000-94dygis2b.xn--p1ai/management/men1-1/men19.pdf>

7. Тебекин, А.В. Управление качеством : учебник для бакалавриата и магистратуры / А. В. Тебекин. – М. : Издательство Юрайт, 2014. — 410 с. – URL: [preview_upravlenie_kachestvom_379725%20\(1\).pdf](#)

в) ресурсы сети Интернет:

— Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Квеско Светлана Брониславовна, канд. физико-математических наук, доцент кафедры управления качеством факультета инновационных технологий.