

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, СТРОИТЕЛЬСТВА, ПРИКЛАДНЫХ
ФИНАНСОВ И ПРАВА»**

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ДПО
«Институт ЭСПФ»




**К.Ю.Н, доцент
О.В.Цуканов
28 апреля 2026 г.**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
КОРПОРАТИВНЫЕ СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ**

(16 часов)

Москва – 2026

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА КОРПОРАТИВНЫЕ СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

1. Общая характеристика программы

Цель реализации программы имеет профессиональную ориентацию и направлена на формирование у обучающихся представления о наиболее эффективных алгоритмах действий специалистов в сфере обслуживания клиентов по телефону, во фронт-офисе, в торговом зале и т.п.

2. Требования к результатам обучения

В результате освоения программы обучающийся должен приобрести знания и умения, необходимые для качественного применения корпоративных стандартов в обслуживании клиентов:

Знать:

- основные этапы процесса сервисного обслуживания клиентов;
- законодательство регламентирующее ключевые этапы процесса продаж;
- иметь представление об основных предпочтениях потребителей;
- ресурсную базу организации процесса сервисного обслуживания клиентов;
- примеры регламентирующих и стандартизирующих документов при обслуживании клиентов

Уметь:

- разрабатывать технологии процесса сервисного обслуживания клиентов;
- проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителей;
- проводить оценку альтернативных вариантов использования ресурсов;
- проводить анализ качества обслуживания клиентов.

Владеть:

- навыками выбора ресурсов и средств с учетом требований потребителей;
- способностью анализировать качество обслуживания клиентов;
- методами оценки потребительского рынка.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
Дополнительной общеразвивающей программы
«КОРПОРАТИВНЫЕ СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ»

Требования к уровню образования слушателей	без предъявления требований к уровню образования
Категория слушателей	специалисты банковской сферы, страховые агенты, специалисты туриндустрии
Срок освоения программы	16 часов
Форма обучения	с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения
Режим занятий	Электронное обучение

№ № п/п	Наименование модуля	Всего часов трудоемкости	В том числе				Форм а конт роля
			Все го, час ов	Контактная работа*		Самостоятельная работа*	
				из них			
			Лекции	Практи ческое занят ия			
1	Роль стандартизации в обслуживании клиентов	4				4	
2	Стандарты в сфере обслуживания клиентов на потребительском рынке	4				4	
3	Порядок и специфика разработки стандартов обслуживания клиентов	4				4	
4	Особенности контроля реализации стандартов обслуживания клиентов	2				2	
5	Основы формирования Потребительской лояльности	2				2	
6	Всего:	16				16	
7	Общая трудоемкость программы:	16				16	

* С применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, СТРОИТЕЛЬСТВА, ПРИКЛАДНЫХ ФИНАНСОВ И ПРАВА»**

**Календарный учебный график
дополнительной общеразвивающей программы
«КОРПОРАТИВНЫЕ СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ»**

Срок освоения программы – 16 часов.

Форма обучения – асинхронно с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

№ п/п	Наименование дисциплин (модулей), тем	1 недел я	2 неделя	КР	СР	С	ПА	ИА	Всег о
1	Модуль 1. Роль стандартизации в обслуживании клиентов Понятие стандартизации и сертификации. Категории и виды стандартов. Международные и национальные стандарты. Основные положения международных и российских стандартов качества в сфере обслуживания.	4			4				4
2	Модуль 2. Стандарты в сфере обслуживания клиентов на потребительском рынке Законодательство в области стандартизации. Основные параметры стандартизации. Стандартизация товаров, работ и услуг	4			4				4

3	Модуль 3. Порядок и специфика разработки стандартов обслуживания клиентов: принципы, этапы и особенности Основные принципы разработки стандартов обслуживания. Особенности этапов разработки стандартов обслуживания на предприятии. Особенности этапа внедрения стандартов. Контроль выполнения стандартов обслуживания.	2	2				4		4
4	Модуль 4. Особенности контроля реализации стандартов обслуживания клиентов Виды и особенности контроля качества обслуживания и реализации стандартов обслуживания. Характерные особенности управления качеством обслуживания клиентов.		2				2		2
5	Модуль 5. Основы формирования потребительской лояльности Понятие потребительской лояльности и ее основные особенности. Инструменты повышения потребительской лояльности.		2				2		2
7	Итого	10	6				16		16

Условные обозначения: КР – контактная работа; СР – самостоятельная работа; ПА – промежуточная аттестация; С – стажировка; ИА – итоговая аттестация, П- практика

4. Содержание модулей

Модуль 1. Роль стандартизации в обслуживании клиентов

Теоретические основы стандартизации в обслуживании клиентов. Международный и отечественный подходы к стандартизации в банковской сфере. Категории и виды стандартов. Основные положения международных и российских стандартов качества в сфере обслуживания.

Модуль 2. Стандарты в сфере обслуживания клиентов на потребительском рынке

Законодательство в области стандартизации. Принципы стандартизации обслуживания клиентов на потребительском рынке. Основные параметры стандартизации. Практическая роль стандартизации в повышении качества обслуживания.

Модуль 3. Порядок и специфика разработки стандартов обслуживания клиентов: принципы, этапы и особенности

Теоретические основы разработки стандартов обслуживания. Требования к качеству обслуживания клиентов. Порядок и специфика разработки стандартов обслуживания клиентов. Особенности этапов разработки стандартов обслуживания на предприятии. Особенности этапа внедрения стандартов.

Модуль 4. Особенности контроля реализации стандартов обслуживания клиентов

Виды и особенности контроля качества обслуживания и реализации стандартов обслуживания. Характерные особенности управления качеством обслуживания клиентов. Методы контроля реализации стандартов обслуживания клиентов. Контроль выполнения стандартов обслуживания. Критерии оценки качества обслуживания клиентов.

Модуль 5. Основы формирования потребительской лояльности

Понятие и содержание потребительской лояльности. Основные особенности потребительской лояльности. Факторы и механизмы формирования потребительской лояльности. Инструменты повышения потребительской лояльности.

Организация образовательного процесса

Программа реализуется асинхронно с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Кадровое обеспечение образовательного процесса

Программа разработана сотрудниками института и привлеченными специалистами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

I. Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Собрание законодательства РФ. - 2020. - № 11. - Ст. 1416.
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 31.07.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 22.10.2025) // Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 1 (часть I). - Ст. 1.
3. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 15.10.2025) // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 25. - Ст. 2954.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 31.07.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2025) // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 32. - Ст. 3301.
5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 29.09.2025) // Собрание законодательства РФ. - 2001. - № 1 (часть I). - Ст. 3.
6. Федеральный закон от 18.03.2019 № 27-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» // Собрание законодательства РФ. - 2019. - № 12. - Ст. 1217.
7. Федеральный закон от 05.05.2014 № 97-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей» // Собрание законодательства РФ. - 2014. - № 19. - Ст. 2302.
8. Федеральный закон от 30.12.2020 № 530-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»» // Собрание законодательства РФ. - 2020. - № 1 (часть I). - Ст. 69.

9. О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024) // Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации. – 1992 г. – № 15. – Ст. 766.

10. О банках и банковской деятельности : Федеральный закон № 395-1 от 02.12.1990 : (ред. от 08.08.2024). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»

11. О Центральном банке Российской Федерации (Банке России) : Федеральный закон № 86-ФЗ от 10.07.2002 : (ред. от 26.02.2024). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»

12. О национальной платежной системе : Федеральный закон № 161-ФЗ от 27.06.2011 : (ред. от 08.08.2024). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»

13. О персональных данных : Федеральный закон № 152-ФЗ от 27.07.2006 : (ред. от 21.02.2024). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»

14. О рекламе : Федеральный закон № 38-ФЗ от 13.03.2006 : (ред. от 08.08.2024). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»

15. О стандартизации в Российской Федерации : Федеральный закон № 162-ФЗ от 29.06.2015 : (ред. от 04.08.2023). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»

16. О техническом регулировании : Федеральный закон № 184-ФЗ от 27.12.2002 : (ред. от 02.07.2021). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» .

17. Об утверждении Положения о Комитете по стандартам деятельности кредитных организаций : положение Банка России № 646-П от 20.06.2017 : (зарегистрировано в Минюсте России 11.09.2017 № 48135). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»

18. Стандарт осуществления надзора за соблюдением стандартов деятельности кредитных организаций: утв. Комитетом по стандартам деятельности кредитных организаций 10 дек. 2024 г.

19. Стандарт защиты прав и законных интересов ипотечных заемщиков утв. Комитетом по стандартам деятельности кредитных организаций; размещен на офиц. сайте Банка России.

20. Методические рекомендации по управлению финансовым продуктом : метод. рекомендации Банка России от 27 дек. 2023 г. № 19-МР.

21. Об отдельных вопросах взаимодействия с потребителями: информ. письмо Банка России от 24 дек. 2020 г. № ИН-06-59/181.

22. О рекомендациях по доступности дистанционных (цифровых) каналов для потребителей финансовых услуг, в том числе лиц с инвалидностью и иных маломобильных групп населения, и предоставлению финансовых продуктов (услуг) населению посредством дистанционных (цифровых) каналов : информ. письмо Банка России от 29 дек. 2020 г. № ИН-01-59/184.

III. Основная литература

1. Анохина, Г. HoReCa. Учебник по сервису. От стандартов к мастерству / Г. Анохина. – 2-е изд., обновл. и доп. – Москва : Ресторанные ведомости, 2025. – 312 с. – ISBN 978 6046513-0-8.
2. Аносова, Т. Г. Технологии комфорта : учебное пособие для СПО / Т. Г. Аносова. – Саратов ; Екатеринбург : Профобразование : Уральский федеральный университет, 2024. – 71 с. – ISBN 978-5-4488-0407-6. – ISBN 978-5-7996-2813-0.
3. Белозерова, М. Н. Разработка и внедрение стандартов обслуживания в клиентоориентированных организациях / М. Н. Белозерова. // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2008. – № 3. – С. 80–82.
4. Доманова, К. Г. Методы стандартизации и их применение в индустрии гостеприимства / К. Г. Доманова, Т. И. Зворыкина. // Вестник Российского нового университета. – 2020. – № 2. – С. 23-27. – DOI 10.25586/RNU.V9276.20.02.P.023.
5. Каленикова, С. А. Setting standards: preventing and mitigating service errors / С. А. Каленикова. // – 2024. – № 4 (66). – С. 40-43.
6. Полякова И.Л. Корпоративные стандарты обслуживания на предприятиях сферы сервиса и туризма: учебное пособие / И.Л. Полякова; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2020. – 117 с.
7. Стандарт обслуживания клиентов : требования к организации и осуществлению процесса, техническим средствам : дата введения - 17.09.07 / ред. В. А. Семенов. – Москва : Энергопрогресс, 2008. – 56 с. – (Специальный выпуск "БЭТ", приложение к журналу "Энергетик" ; вып. 1 (109)). – ISSN 0013-7278.

IV. Дополнительная литература

1. Азаров В. Н. Управление качеством. Т. 2: Принципы и методы всеобщего руководства качеством. Основы обеспечения качества / Под общ. ред. В. Н. Азарова. М.: МГИЭМ, 2000. - 356 с.
2. Бедрикова, Н. А. Формирование лояльности потребителей банковских услуг в современных условиях / Н.А. Бедрикова, Ю. В. Корокошко // Социально-экономические проблемы современного общества. Информационнокоммуникационное пространство и человек : мат-лы II Междунар. науч.-практ.конф. – Пенза-Прага-Белосток : «Социосфера», 2012. – С.26–27.
3. Белозерова, М.Н. Разработка и внедрение стандартов обслуживания в клиентоориентированных организациях / М.Н. Белозерова // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2008. – № 3. – с. 80-82.
4. Бровко, Д. А. Как создать программу лояльности, которой вы будете гордиться / Д. А. Бровко // Маркетинговые коммуникации. - 2014. - № 2. - С. 82–87.
5. Виноградова, Т. В. Технологии продаж турпродукта [Текст] : учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования, обучающихся по направлению "Туризм" / Т. В. Виноградова.- 2-е изд., стер. - Москва : Академия, 2014-240с.

6. Герпотт, Т.Й. Эмпирические исследования лояльности клиентов / Т.И. Герпотт // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 4. С. 35–41.
7. Дымшиц, М. Основы лояльности: фрагмент книги «Потребительская лояльность: механизмы повторной покупки» / М. Дымшиц // Маркетолог. 2007. № 6. С. 35–39.
8. Курилина, В.В. Новые методы управления лояльностью клиентов в сфере услуг / В.В. Курилина, Е.К. Коверко, З.Н. Шуклина // Вектор экономики. - 2016. - № 6 (6). - С. 7.
9. Курьялов, К. Событийный маркетинг, или новый инструмент, позволяющий удержать покупателя / К. Курьялов // Маркетинговые коммуникации. - 2011.-№ 5. – С.6
10. Лихобабин, М.Ю. Технологии манипулирования в рекламе (способы зомбирования).- Ростов- на-Дону, 2010 – 110 с.
11. Лопатинская, И.В. Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг / И.В. Лопатинская // Маркетинг в России за рубежом. 2012. - №3. – С.4
12. Лужнова, Н.В. Покупательская лояльность потребителей розничной торговой сети / Н.В. Лужнова, И.А. Тарануха // Молодой ученый. - 2015. - №10. - С. 712-717.
13. Мартышев, А.В. Маркетинг отношений / учебное пособие.- Владивосток; издательство ДВГУ, 2011 – 42 с.
14. Менеджмент: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 6-е изд., перераб. и доп. — М. : Магистр : ИНФРА-М, 2014. – 656 с.

IV Интернет ресурсы

1. Клиентоориентированный сервис — качество обслуживания в банке // ITC Group: офиц. сайт. URL: <https://itctraining.ru/kalendar/banki/7464/>.
2. Регламенты и документация // Совкомбанк : офиц. сайт. URL: <https://sovcombank.ru/pages/reglamenti-i-dokumentatsiya>.
3. Стандарты деятельности кредитных организаций // Банк России: офиц. сайт. URL: https://www.cbr.ru/banking_sector/standart_ko/.
4. Защита прав потребителей финансовых услуг // Банк России : офиц. сайт. URL: https://www.cbr.ru/protection_rights/.
5. Стандарты качества управления взаимоотношениями с потребителями банковских услуг. Практика применения. Разработчики: АКБ «Абсолют Банк» (Москва), Номос Банк (Москва) , KPMG (Москва) Москва 2013г .https://arb.ru/b2b/docs/standarty_kachestva_upravleniya_vzaimootnosheniyami_s_potrebiteleyami_bankovskikh-9713141/