Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики управления и природопользования
Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

_____ С.Л. Улина
подпись инициалы, фамилия

« _____» _____ 20 ___ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 Менеджмент
38.03.02.02.08 Управление проектами (в организации)

Разработка проекта повышения лояльности клиентов рекламного агентства
(на примере ООО «Headway»)

Руководитель _____ канд. экон. наук, доцент Л.С. Драганчук

Выпускник _____ Т.И. Кобзарь

Красноярск 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 4
1 Теоретические основы разработки проекта 5
1.1 Сущность и основные понятия проекта 5
1.2 Классификация типов проектов 9
1.3 Основные этапы разработки проекта 11
2 Анализ экономической и организационно-управленческой деятельности ООО «Headway» 16
2.1 Общая характеристика деятельности ООО «Headway» 16
2.2 Анализ внешней среды ООО «Headway» 20
2.3 Анализ внутренней среды ООО «Headway» 45
3 Разработка проекта повышения лояльности клиентов ООО «Headway» 57
3.1 Описание проекта повышения лояльности клиентов ООО «Headway» 57
3.2 Оценка экономической эффективности проекта повышения лояльности клиентов ООО «Headway» 64
Заключение 68
Список использованных источников 70
Приложение А 72
Приложение Б 77
Приложение В 78
Приложение Г 79
Приложение Д 81
Приложение Е 82
Приложение Ж 83
Приложение З 84
Приложение И 85

ВВЕДЕНИЕ

В среде современного бизнеса для осуществления целей актуально использование проектного подхода. Проектный подход представляет собой эффективный инструмент, позволяющий качественно реализовать замысел, уложившись в сроки и в бюджет. Существуют различные сферы деятельности, в которых можно реализовать проект. В настоящее время проекты, связанные с формированием потребительской лояльности приобретают все большее значение. Долгосрочные отношения с клиентами являются экономически выгодными, так как гарантируют регулярные покупки, требуют более низких маркетинговых затрат на потребителя, а рекомендации лояльных потребителей способствуют увеличению числа клиентов.

Без точных оценок степени удовлетворенности и лояльности потребителей организации не могут принимать эффективных решений о том, что именно требуется улучшать в первую очередь. Чем выше уровень удовлетворенности потребителей услугой и товаром, тем выше вероятность их повторного приобретения теми же клиентами в будущем. Поэтому, повышение лояльности клиентов в организациях приобретает чрезвычайную важность и актуальность.

Проблема повышения лояльности актуальна и для рекламного агентства «Headway». Наряду с ростом рынка наружной рекламы и числа рекламно-производственных компаний, обостряется конкуренция и снижается число постоянных заказчиков компании «Headway».

Исходя из вышесказанного, можно сформулировать цель дипломной работы – разработка проекта повышения лояльности клиентов рекламного агентства «Headway». В связи с этим, необходимо выполнить ряд следующих задач:

– определить теоретическую базу проектного подхода, которая будет использована в качестве основы для разработки проекта;

– дать общую характеристику рекламного агентства;

– проанализировать факторы внутренней и внешней среды рекламного агентства;

– провести анализ динамики и структуры клиентского потока в агентстве и выявить проблемы в работе с клиентами;

– определить существующий уровень удовлетворенности и лояльности заказчиков агентства на основании определенных факторов;

– разработать элементы проекта с целью повышения лояльности клиентов.

Объектом исследования дипломной работы является ООО «Headway».

Предметом исследования дипломной работы выступает проект повышения лояльности клиентов рекламного агентства «Headway».

1 Теоретические основы разработки проекта

1.1 Сущность и основные понятия проекта

В научной литературе существует множество определений термина «проект», данных зарубежными и отечественными авторами. Считается, что слово «проект» (project) происходит от латинского projacere – продвигать что-то вперед (pro – заранее; jacere – продвигать, бросать вперед). В самом общем виде термин «проект» определяется как «что-либо», что задумывается или планируется, например большое предприятие [31]. По мнению автора А.Б. Борисова проект – это замысел, идея, воплощенная в форму описания, обоснования, расчетов, чертежей, раскрывающих сущность замысла и возможность его практической реализации. С другой стороны, ученый В.В. Бузырёв считает что проект – это некоторая задача с определенными исходными данными и требуемыми результатами, целями, обуславливающими способ ее решения. В учебнике и практикуме профессора Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова – А.Т.Зуба даётся следующее определение: проект – комплекс действий (обычно длительностью менее трех лет), состоящий из взаимосвязанных задач, с четко определенными целями, календарным планом и бюджетом [11]. Наиболее популярная формулировка дана американским институтом проектного управления и содержится в руководстве по основам проектного управления (PMBOK Guide), которая трактует проект следующим образом: проект – это временное предприятие, предназначенное для создания уникальных продуктов, услуг или результатов [9].

Проанализированные определения «проекта», сформулированные различными авторами, позволяют нам выделить ряд смысловых блоков, которые присущи этому понятию.

На основании этого, обозначим свойства, которыми обладает проект [19]:

– проект всегда имеет четко определенную цель, которая выражается в получении некоторого результата. Достижение этого результата означает благополучное завершение и окончание проекта;

– проект ограничен во времени: он имеет определенное начало и завершение;

– проект ограничен в ресурсах. Каждый проект помимо установленного бюджета требует использования различных ресурсов: люди, техника, оборудование, материалы и др. Объем выделяемых ресурсов связан с бюджетом проекта и всегда конечен. Суть этого свойства заключается в том, что во всех случаях утвержденный вариант реализации проектов имеет спецификацию и график потребления ресурсов;

– проект обладает признаком комплексности. Это означает, что должны учитываться все внешние и внутренние факторы, которые могут прямо или косвенно повлиять на прогресс и результаты проекта. Это свойство позволяет рассматривать проект как целостную комплексную систему с определенными характеристиками;

– каждый проект это что-то неповторимое и уникальное. Эти свойства относятся не к отдельным частям проекта, а именно к нему в целом. Даже в проектах с высокой степенью новизны, разумеется, имеются процессы, которые характерны не только для этого проекта, но и применяются во многих других.

Проект может создать [19]:

– продукт, представляющий собой компонент другого изделия, улучшение изделия или конечное изделие;

– услугу или способность предоставлять услугу;

– улучшение существующей линейки продуктов или услуг (например, проект по методике «шести сигм» (six sigma), предпринятый для уменьшения дефектов);

– результат, такой как конечный результат или документ (например, исследовательский проект приносит новые знания, которые можно использовать для определения наличия тенденции или пользы какого-либо нового процесса для общества).

Стоит отметить, что проекты могут осуществляться на любом уровне организации и привлекать для своей реализации от одного человека до многих тысяч, требовать для своего исполнения от нескольких сотен до нескольких миллионов человеко-часов. В проекте может быть задействовано одно подразделение организации (отдел, бригада, цех), вся организация или даже несколько организаций, которые тем или иным способом объединяются для выполнения проекта.

Несомненно, что каждый проект имеет свою собственную группу лиц, заинтересованных в его успехе. Это, прежде всего [33]:

– заказчик проекта;

– потребители;

– инвесторы;

– поставщики;

– кадровые агентства;

– команда проекта.

А также, это и многие другие организации, группы людей и отдельные личности, которые в совокупности получили название стейкхолдеров (stákeholders) проекта (заинтересованных сторон). Управление проектами должно ориентироваться, прежде всего, на их интересы. Следовательно, основная цель проекта – удовлетворение потребностей заказчика и всех стейкхолдеров. Поэтому, эффективность выполнения проекта напрямую зависит от так называемого «тройного ограничения» или «проектного треугольника», который описывает взаимодействие следующих элементов (рисунок 1.1) [11]:

– бюджет проекта – это оценочные затраты на проект, которые заданы в плане;

– сроки проекта – время, которое необходимо для реализации проекта;

– качество проекта – целостная совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные или предполагаемые потребности стейкхолдеров.

Рисунок 1.1 – Треугольник управления проектами

Изменение одного из этих трех элементов треугольника обязательно повлияет на два других. Несмотря на то, что важны все три элемента, чаще всего наиболее критичным является только один из них.

Одним из ключевых понятий в теории управления проектами является – жизненный цикл. Жизненный цикл проекта (project life cycle) – это набор обычно последовательных фаз проекта, количество и состав которых определяется потребностями управления проектом организацией или организациями, участвующими в проекте. Жизненный цикл проекта – это модель его развития во времени, которая определяет различные ситуации в процессе его реализации [4]. Тогда определим, что такое «фаза» проекта. Согласно пятому изданию PMBOK Guide, фаза проекта – это совокупность логически связанных операций (задач) проекта, завершающихся достижением одного или ряда поставляемых результатов. Задача, в свою очередь, это – это некоторая работа, осуществляемая в рамках проекта для достижения определенного результата. Существуют наиболее важные задачи в проекте, которые называются вехами проекта.

Стоит сказать, что проект может быть разделен на любое количество фаз и обычно, фазы выполняются последовательно, но в некоторых проектных ситуациях могут перекрываться. Главным критерием завершения фазы является получение по ней четко идентифицируемых и проверяемых результатов.

В наиболее общем виде, выделяют четыре основные фазы жизненного цикла проекта [6]:

– фаза определения проекта;
– фаза планирования и организации проекта;
– фаза реализации проекта;
– фаза завершения проекта.

Обычно каждой стадии жизненного цикла проекта соответствует несколько фаз.

Эффективное управление проектом и удовлетворение всех требований со стороны заинтересованных сторон, предъявляемых к проекту, требует результативного управления процессами проекта. Процесс – это набор взаимосвязанных действий и операций, осуществляемых для создания заранее определенного продукта, услуги или результата. Каждый процесс характеризуется своими входами, инструментами и методами, которые могут быть применены, а также результирующими выходами [20].

Процессы проекта исполняются командой проекта во взаимодействии с заинтересованными сторонами, и в целом их можно разделить на две основные группы:

– процессы управления проектом. Эти процессы обеспечивают результативное исполнение проекта в течение его жизненного цикла;

– процессы, ориентированные на продукт. Эти процессы определяют и создают продукт проекта. Процессы, ориентированные на продукт, обычно определяются жизненным циклом проекта и различаются в зависимости от прикладной области, а также от фазы жизненного цикла продукта.

Согласно пятому изданию PMBOK Guide суть процессов управления проектом описывается в рамках интеграции процессов, их взаимодействия и целей, которым они служат. Процессы управления проектом разделяются на пять категорий, которые известны как группы процессов управления проектом (или группы процессов):

– группа процессов инициации. Это процессы, выполняемые для определения нового проекта или новой фазы существующего проекта;

– группа процессов планирования. Это процессы, требуемые для установления содержания работ, уточнения целей и определения направления действий, требуемых для достижения целей проекта;

– группа процессов исполнения. Это процессы, применяемые для выполнения работ, указанных в плане управления проектом, с целью соответствия спецификациям проекта;

– группа процессов мониторинга и контроля. Это процессы, которые требуются для отслеживания, анализа, а также регулирования исполнения проекта; выявления областей, требующих внесения изменений в план; и инициирования соответствующих изменений;

– группа процессов закрытия. Это процессы, которые выполняются для завершения всех операций в рамках всех групп процессов в целях формального закрытия проекта или фазы.

Разумеется, что каждый проект развивается в определенной среде. На него могут воздействовать как факторы внутренней среды, так и внешней. Следовательно, возникает такое понятие, как риск проекта. Риск проекта – это неопределенное событие или условие, которое в случае возникновения имеет позитивное или негативное влияние, по меньшей мере, на одну из целей проекта, например, сроки, стоимость или качество («треугольник проекта») [21]. Управление рисками проекта включает в себя процессы, которые относятся к планированию управления рисками, их идентификации и анализу,

реагированию на риски и мониторингу управления рисками проекта. Соответственно, идентификация и оценка рисков зависит от определенного типа проекта. Поэтому, обратимся к классификации типов проектов.

1.2 Классификация типов проектов

Многообразие проектов, с которыми приходится сталкиваться в реальной жизни, очень велико. Для удобства анализа, множество разнохарактерных проектов может быть классифицировано по различным основаниям.

В качестве ключевых критериев классификации проектов, выделяемых экономистами и менеджерами, рассмотрим следующие [33]:

1. Масштаб проекта:

– малые. Помимо небольших объемов работ в физическом и стоимостном выражении, они характеризуются сравнительной простотой технологических процессов и небольшим перечнем необходимых ресурсов. С одной стороны, малые проекты могут осуществляться с некоторыми упрощениями процедур разработки и исполнения, формирования команды проекта, а с другой – они требуют особой тщательности расчетов сроков работ и необходимых ресурсов, а также соблюдения намеченных графиков выполнения технологических процессов, так как любые отклонения могут существенно повлиять на ход проекта, его стоимость и сроки завершения. Малые проекты, как правило, выполняются под руководством одного управляющего, который координирует все процессы проекта, а команда проекта должна отличаться гибкостью (взаимозаменяемостью), четким знанием и умением исполнения различных задач, навыками не только технологического плана, но и организационного, включая процедуры сдачи заказчику результатов проекта;

– средние. Они отличаются от малых как по величине объемов работ и затрат всех видов ресурсов, так и по сложности отдельных элементов (процессов) проекта, масштабам капитальных вложений и срокам исполнения;

– крупные. Они превышают по своим размерам средние проекты в несколько раз. Эффективная реализация крупного проекта требует использования современных инструментов управления, координации действий команды проекта (которая может быть очень большой по численности), тщательного подхода к структуризации проекта, мониторингу и контролю его реализации;

– особо крупные (мега-проекты). Они представляют собой целевые программы, которые содержат множество взаимосвязанных проектов, объединенных общей целью, выделенными ресурсами и отпущенным на их выполнение временем. Такие программы могут быть международными, национальными, региональными, межотраслевыми, отраслевыми и смешанными. Они формируются, поддерживаются и координируются на верхних уровнях управления.

2. Срок реализации (длительность проекта):

– краткосрочные (продолжительность менее одного года);

– среднесрочные (традиционно, могут длиться от одного до трёх лет);

– долгосрочные (более трёх лет).

3. Отраслевая принадлежность проекта. Перечень возможных проектов повторяет список отраслей и подотраслей экономики и социальной сферы:

– промышленные проекты;

– строительные проекты;

– проекты в области транспортной инфраструктуры;

– проекты в области здравоохранения;

– проекты в области туризма и др.

4. Сложность проекта:

– простые;

– сложные;

– особо сложные.

Сложность проектов в данном случае будет определяться степенью финансовой, технологической, технической, организационной сложности.

5. Степень новизны проекта:

– абсолютно уникальные. Они отличаются, прежде всего, высокой степенью риска и большими затратами ресурсов;

– новые. К ним относятся и повторные по существу, содержанию, но реализуемые в значительно иных, чем осуществленные ранее, условиях (природно-климатических, социально-экономических, транспортных, демографических и др.);

– повторные. Они относительно испытаны в техническом и организационном смысле.

6. Степень значимости результатов проекта для исполнителя и потребителя:

– незначительно значимые (при отсутствии практического влияния проекта на систему, но с учетом факта реализации проекта);

– средне значимые (когда проект влечет за собой определенный, но не решающий рост, улучшение характеристик потребителя результатов);

– существенно значимые (если выполнение проекта значительно улучшает количественные и качественные параметры объекта-пользователя);

– решающие (если результаты проекта определяют возможности дальнейшего существования системы исполнителя проекта и системы потребителя, пользователя).

7. Особенности условий реализации процессов, предусмотренных проектом:

– адекватные основным параметрам условий внешней среды;

– требующие специальных мер с учетом факторов среды;

– невыполнимые в имеющихся условиях и (или) требующие изменения этих условий.

8. Требования к качеству работ и результатов проектов:

– бездефектные проекты (ориентированы на верхние установленные пределы требований качества);

– проекты повышенного качества (осуществляются с предъявлением и соблюдением сверхнормативных характеристик требований к качеству работ);

– стандартные проекты (выполняются на основе соблюдения всех нормативных положений: общих, отраслевых, природоохранных и др.).

9. Степень охвата этапов инновационного процесса:

– полные инновационные проекты (включающие НИОКР, освоение новшества);

– неполные инновационные проекты (включающие только отдельные этапы инновационного процесса).

Для удобства и наглядности, структурируем вышеперечисленные данные (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Классификация типов проектов по основным критериям

Классификационные признаки	Типы проектов				
1. По степени охвата этапов инновационного процесса	полные инновационные	неполные инновационные			
2. Масштаб проекта	малый	средний	крупный		
3. Длительность проекта	краткосрочный	среднесрочный	долгосрочный		
4. Сложность проекта	простые	сложные	особо сложные		
5. Степень новизны проекта	абсолютно уникальные	новые	повторные		
6. Особенности условий реализации процессов	адекватные	требующие специальных мер	невыполнимые		
7. Требования к качеству работ и результатов проектов	бездефектные	стандартные	повышенного качества		
8. Степень значимости результатов проекта	незначительно значимые	средне значимые	существенно значимые	решающие	
9. Отраслевая принадлежность проекта	промышленность	строительство	транспорт	здравоохранение	туризм

Таким образом, для удобства анализа и синтеза, множество разнообразных проектов может быть классифицировано по различным основаниям. Очевидно, что приведенная выше система классификации не единственная.

В результате, детальная классификация проектов позволяет экономистам и менеджерам достаточно четко ранжировать перспективные и реализуемые проекты, и как следствие, ставить выполнимые цели, задавать реальные сроки достижения целей и привлекать оптимально необходимые ресурсы для их успешной реализации.

1.3 Основные этапы разработки проекта

Каждый проект от возникновения идеи до своего полного завершения проходит ряд последовательных этапов своего развития.

К важнейшим элементам проекта относят [11]:

– основной замысел (проблему);

– средства реализации проекта (решения проблемы);

– получаемые в процессе реализации проекта результаты.

Ранее в пункте 1.1 были обозначены четыре основные фазы проекта:

– фаза определения проекта;

– фаза планирования и организации проекта;

– фаза реализации проекта;

– фаза завершения проекта.

На рисунке 1.2 отображено движение проекта по данным фазам жизненного цикла [20].

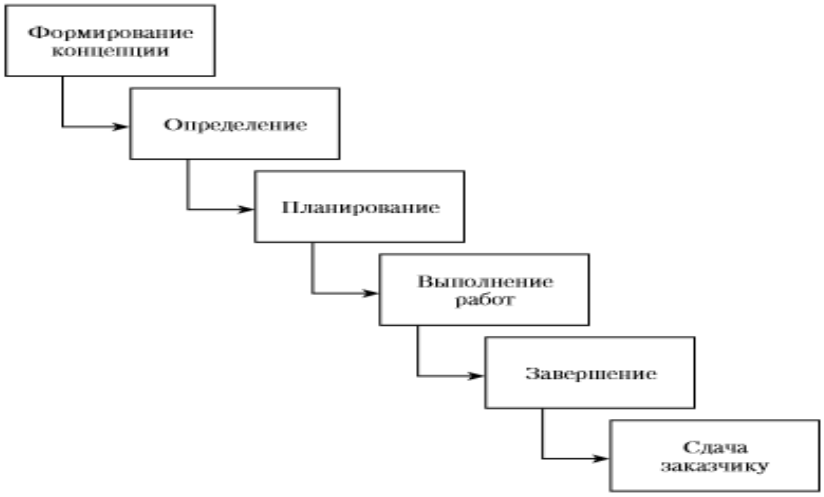

Рисунок 1.2 – Движение проекта по фазам жизненного цикла

Каждая из четырёх фаз включает определенный состав и содержание работ [9]. Рассмотрим это более подробно:

1. Фаза определения проекта. Главным содержанием работ на данной фазе является разработка концепции проекта, которая включает:

– сбор исходных данных и анализ существующего состояния (предварительное обследование);

– выявление проблемы/потребности в изменениях (проекта);

– определение проекта (цели, задачи, желаемые результаты, основные требования, ограничительные условия, критерии, уровень риска, окружение проекта, потенциальные участники (заинтересованные стороны), требуемые время, ресурсы, средства и т.п.);

– определение и сравнительная оценка альтернатив;

– представление предложений, их проверка и экспертиза;

– утверждение концепции и получение одобрения для следующей фазы.

2. Фаза планирования и организации проекта. Главным содержанием этой фазы является разработка основных составляющих проекта и подготовка к его реализации. Общее содержание работ этой фазы включает:

– назначение руководителя проекта и формирование команды проекта (в первую очередь ключевых членов команды);

– установление деловых контактов и изучение целей, мотивации и требований заказчика и владельцев проекта, а также других ключевых стейкхолдеров;

– развитие концепции и разработка основного содержания проекта, которое включает:

а) конечные результат (ы) и продукты;

б) стандарты качества;

в) структура проекта;

г) основные работы;

д) требуемые ресурсы.

– структурное планирование, которое включает:

а) декомпозиция проекта (иерархическая структура работ);

б) календарные планы, укрупненные графики работ;

в) смета и бюджет проекта;

г) потребность в ресурсах;

д) процедуры УП и техника контроля;

е) составление реестра рисков.

– организация и проведение торгов, заключение субконтрактов с основными исполнителями;

– организация выполнения базовых проектных и опытно-конструкторских работ по проекту;

– представление проектной разработки;

– получение одобрения на продолжение работ и переход к следующей фазе.

3. Фаза реализации проекта. Главное содержание этой фазы – выполнение основных работ проекта, которые необходимы для достижения цели проекта. Основными работами этой фазы являются:

– организация и проведение торгов, заключение контрактов;

– полный ввод в действие разработанной системы УП;

– организация выполнения работ;

– ввод в действие средств и способов коммуникации и связи участников проекта;

– ввод в действие системы мотивации и стимулирования участников команды проекта;

– детальное проектирование и технические спецификации;

– оперативное планирование работ;

– установление системы информационного контроля за ходом работ;

– организация и управление материально-техническим обеспечением работ, в том числе запасами, покупками, поставками;

– выполнение работ, предусмотренных проектом;

– руководство, координация работ, согласование темпов, мониторинг прогресса, прогноз состояния, оперативный контроль и регулирование основных показателей проекта, таких как:

а) ход работ, их темпы;

б) качество работ и проекта;

в) продолжительность и сроки;

г) стоимость и другие показатели.

– решение возникающих проблем и задач.

4. Фаза завершения проекта. На этой фазе достигаются конечные цели проекта, осуществляется подведение итогов и разрешение конфликтов и закрытие проекта. Основное содержание работ этой фазы, как правило, состоит в следующем:

– планирование процесса завершения проекта;

– эксплуатационные испытания окончательного (ых) продукта (ов) проекта;

– подготовка кадров для эксплуатации создаваемого объекта;

– подготовка документации, сдача объекта заказчику и ввод в эксплуатацию;

– оценка результатов проекта и подведение итогов;

– подготовка итоговых документов;

– закрытие работ и проекта;

– разрешение конфликтных ситуаций;

– реализация оставшихся ресурсов;

– накопление фактических и опытных данных для последующих проектов;

– расформирование команды проекта.

Отметим, что последние три фазы могут выполняться с совмещением работ во времени - по последовательно-параллельной схеме.

Существуют более развернутые подходы к определению фаз проекта. Однако в любом случае общая технология управления проектом остается относительно стабильной и включает следующие этапы:

– поиск, определение и анализ целей проекта;

– построение, анализ, оценка и выбор альтернативных решений по реализации проекта;

– предварительное (структурное) планирование проекта по укрупненным моделям (фазовым, сетевым и др.);

– определение ресурсов, сроков, стоимости работ;

– проектный анализ, в том числе оценка жизнеспособности проекта;

– организация проекта;

– проектные работы и системы документации проекта;

– детальное планирование работ (календарные планы работ, графики поставок, график движения машин и механизмов, стоимость и финансирование (бюджет));

– заключение и управление контрактами;

– анализ и учет рисков;

– оперативное планирование работ;

– мониторинг проекта;

– регулирование хода работ;

– управление обеспечением проекта;

– составление исполнительских (фактических) моделей и графиков, анализ результатов и накопление опыта.

Разумеется, в зависимости от вида проекта, план его разработки может быть иным и включать другие стадии. Возможны добавления новых этапов работы над проектом, а также, устранение существующих, если в них отсутствует необходимость.

Таким образом, в первой главе были рассмотрены основные понятия, типы и этапы разработки проектов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Стратегический менеджмент: учеб. – метод. пособие / Т.Ю.Агеева. Красноярск: СФУ, 2012 – 52с.
2. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]: Объем рекламы в средствах ее распространения в Красноярске // система «АКАР». – Режим доступа: http://www.akarussia.ru/
3. Бабушкина, А.Ю. Российское предпринимательство / А.Ю. Бабушкина // Программы по повышению лояльности клиентов: типы и эффективность. – 2016. - № 7. – С. 94-98.
4. Балашов, А.И. Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А.И.Балашов, Е.М.Рогова, М.В.Тихонова. – Москва : Юрайт, 2016. – 245 с.
5. Варзунов, А.В. Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики / А.В. Варзунов // Формирование программ лояльности клиентов и понятие клиентоориентированности предприятия. – 2014. - № 50. – С. 126-133.
6. Вылегжанина, А.О. Разработка проекта: учебник / А.О. Вылегжанина. – Москва : Директ-Медиа, 2015.– 212 с.
7. Герия, И.А. Управление и экономика в XXI веке / И.А. Герия // Программы лояльности и оценка их эффективности. – 2015. - № 1. – С. 47-52.
8. Городецкая, О.Ю. Транспортное дело России / О.Ю. Городецкая // CRM-система как стратегия управления бизнесом компании. – 2014. - № 4. – С. 169-173.
9. Даве, В. Руководство к своду знаний по управлению проектами, пятое издание: науч.изд. / В.Даве, Д.Кестел. – Введ.2013. – Project Management Institute, 2012.
10. Управление проектами: учеб. – метод. пособие / Т.С.Зимнякова. Красноярск: СФУ, 2012 – 58с.
11. Зуб, А.Т. Управление проектами : учебник и практикум / А.Т.Зуб. – Москва : Юрайт, 2014. – 235 с.
12. Кейнингем, Т.Л. Мифы о маркетинге и лояльности потребителей : науч.изд. / Т.Л. Кейнингем. – Москва : Добрая книга, 2014. – 119 с.
13. Кириллова, К.В. Экономические науки. / К.В. Кириллова // Сегментирование потребителей с учетом их лояльности к организации. – 2013. - № 4. – С. 373-376.
14. Колчар, Ю.А. Современные проблемы науки и образования / Ю.А. Колчар // Оценка клиентской базы по нефинансовым показателям. – 2014. - № 2. – С. 44-49.
15. Коньшунова, А.Ю. Вестник Омского университета / А.Ю. Коньшунова // Маркетинговые проекты в контексте проектного управления. – 2014. - № 1. – С. 85-90.
16. Кузнецова, Е.А. Финансовая аналитика: проблемы и решения / Е.А. Кузнецова // Лояльность клиентов как фактор роста эффективности продаж. – 2016. - № 4. – С. 39-52.

17. Ламбен, Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: учебник / Ж. Ж. Ламбен. – Санкт-Петербург: Питер, 2012.– 761 с.

18. Леонов, Д.А. Управление и экономика в XXI веке / А.В. Варзунов // Информативная база клиентов предприятий сферы услуг как способ повышения лояльности. – 2016. - № 1. – С. 48-52.

19. Лумпов, Н.С. Вестник Самарского университета / Н.С. Лумпов // Проект как объект управления. – 2016. - № 4. – С. 59-63.

20. Мазур, И.И. Управление проектами, седьмое издание: учебник / И. И. Мазур. – Москва: Омега-Л, 2014.– 362 с.

21. Масловский, В.П. Оценка и обоснование проекта: учеб.-метод.пособие для практических занятий / В.П.Масловский. – 2016.- СФУ.

22. Меркулова Н.И. Современные проблемы науки и образования / Н.И. Меркулова // Разработка методологии маркетинговой политики компании по повышению лояльности клиентов. – 2014. - № 5. – С. 69-74.

23. Папазян, Ж.В. Современные проблемы науки и образования / Ж.В. Папазян // Современные методы исследования лояльности клиентов. – 2015. - № 10. – С. 65-70.

24. СтатБюро [Электронный ресурс]: Уровень инфляции в России // система «Статбюро». – Режим доступа: https://www.statbureau.org/ru/

25. Степанова, Т.В. Научно-методический журнал Концепт / Т.В. Степанова // О некоторых аспектах применения CRM-систем для управления продажами. – 2017. - № 1. – С. 174-178.

26. Судакова, Д.С. Сибирский торгово-экономический журнал / Д.С. Судакова // Инструменты программы лояльности. – 2015. - № 2. – С. 59-60.

27 Ускенбаева, Р.К. Молодой ученый / Р.К. Ускенбаева // CRM система как необходимый компонент успешного бизнеса. – 2016. - № 10. – С. 101-105.

28. Устав ООО «Headway»

29. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: Динамика изменения общей численности населения Красноярского края // система «федеральная служба государственной статистики». – Режим доступа: http://www.gks.ru/

30. Хилл, Н. Как измерить удовлетворенность клиентов: учебник. / Н.Хилл, Дж.Брайерли, Р.Мак-Дуголл. – Москва: ИНФРА-М, 2013.– 176 с.

31. «Headway» [Электронный ресурс]: // официальный сайт «Headway». – Режим доступа: http://headway24.ru/

32. Хэлдман, К. Управление проектами: учебник и практикум / К.Хэлдман. – Москва: ДМК Пресс, 2012. – 352 с.

33. «Центральный банк Российской Федерации» [Электронный ресурс]: // официальный сайт «ЦБ РФ». – Режим доступа: http://www.cbr.ru/

34. Ципес, Г.Л. Менеджмент проектов : учебник / Г.Л.Ципес. – Москва : Олимп-Бизнес, 2012. – 256 с.

35. Шарипов, Ф.Ф. Вестник университета (Государственный университет управления) / Ф.Ф. Шарипов // Анализ определений, признаков и свойств управления проектами. – 2013. - № 19. – С. 112-119.