

Аннотация дисциплины: «Управление взаимоотношениями с клиентами»

Целью изучения дисциплины «Управление взаимоотношениями с клиентами» является приобретение знаний и умений в области взаимоотношений потребителей и субъектов рынка, формирование знаний о системе маркетинговых, рекламных и др. инструментов, позволяющих компании поддерживать и расширять прочные взаимовыгодные отношения с партнерами, клиентами и другими заинтересованными лицами.

Задачи дисциплины:

- представить студентам стратегическую ориентацию предприятия, фокусирующуюся на удержании и улучшении обслуживания потребителей;
- дать представление о принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды;
- научить студентов проводить характеристики рынков выбранных отраслей и сфер деятельности, анализировать внешнюю и внутреннюю маркетинговую среду, используя источники маркетинговой информации;
- привить студентам практические навыки маркетинговой стратегии на основе сегментации и комплекса маркетинга для предприятий выбранных отраслей.

Место в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Управление взаимоотношениями с клиентами» является дисциплиной вариативной части основной образовательной программы и входит в модуль дисциплин по выбору (блок №2) для направления подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерской программы «Корпоративное управление».

Краткое содержание: Теоретические основы управления взаимоотношений с клиентами в современном маркетинге. Роль клиента в маркетинге взаимоотношений. Методы исследования ценности клиентов. Удовлетворенность клиентов в маркетинге взаимоотношений . Управление

взаимоотношениями с клиентами. Управление взаимоотношениями с клиентами на различных рынках.