Аннотация дисциплины

«**Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM-система)**»

**Рабочая программа дисциплины** предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Цель дисциплины: - формирование у студентов магистратуры базовых знаний и навыков 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.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина цикла профиля (элективный) модуля 4 «Маркетинговая аналитика» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

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