

## **Аннотация дисциплины**

### **«Управление взаимоотношениями с клиентами и связями с общественностью»**

#### **Цель дисциплины:**

формирование у студентов бакалавриата систематизированных знаний в области разработки стратегии управления взаимоотношениями компании с клиентами и связями с общественностью, управления многоканальной интеграцией, а также навыков организации сбора и анализа маркетинговой информации с помощью систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)

**Место дисциплины в структуре ОП:** Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, профиля и цикла профиля (элективного), профиля «Менеджмент продуктов» дисциплин учебного плана направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Управление бизнесом (менеджмент продуктов)», бакалавриат, очная форма обучения.

**Краткое содержание дисциплины:** Задачи, структура и принципы применения CRM-систем в маркетинговой деятельности компании. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами. Структура построения организации и бизнес-процессов с ориентацией на клиента. Процессы CRM. Основы разработки стратегии CRM. Современные технологии CRM. Анализ и оценка эффективности CRM-систем. Разработка и внедрение проектов CRM-систем управления компаний. Прогнозирование бизнес-процессов и оценка их эффективности. Организация оперативной работы с CRM-системой. Анализ информации, полученной с помощью CRM-системы. Технологии Интернет в бизнесе. Базы данных как мировой информационный ресурс. Сетевые технологии как мировой информационный ресурс.