

Аннотация дисциплины

Управление взаимоотношениями с клиентами

Цель изучения 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.

Краткое содержание:

Теоретические основы управления взаимоотношений с клиентами в современном маркетинге. Основные научные школы. Основные понятия концепции маркетинга взаимоотношений.

Роль клиента в маркетинге взаимоотношений. Жизненный цикл клиента: сущность и основные этапы жизненного цикла клиента. Методы исследования ценности клиентов. Понятия удовлетворенности и лояльности клиентов: классификация, типы и виды. Управление взаимоотношениями с клиентами. Управление взаимоотношениями с клиентами на различных рынках. Интернет и маркетинг взаимоотношений. Особенности взаимоотношений субъектов в деловой сети.