|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** | | |  |
| **Рабочей программы дисциплины** | | |  |
|  |  |  |  |
| Кафедра экономики предприятий | | | |
| Дисциплина | | Управление взаимоотношениями с потребителями | |
| Направление подготовки | | 38.03.01 Экономика | |
| Профиль | | Экономика предприятий и организаций | |
| Объем дисциплины | | 7 з.е | |
| Формы промежуточной аттестации | | Зачет | |
|  |  | Экзамен, Курсовая работа | |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины** | | | |
| Тема | Наименование темы | | |
| Тема 1. | Управление взаимоотношениями с потребителями в системе процессов организации | | |
| Тема 2. | Анализ потребителей: запросы, взаимоотношения, удовлетворенность, лояльность | | |
| Тема 3. | Анализ конкурентов и конкурентоспособности организации | | |
| Тема 4. | Товарная политика и производственная программа клиентоориентированной организации | | |
| Тема 5. | Сбытовая политика клиентоориентированной организации | | |
| Тема 6. | Политика взаимоотношений с поставщиками | | |
| Тема 7. | Коммуникационная политика клиентоориентированной организации | | |
| Тема 8. | Факторы ценообразования и ценовая политика клиентоориентированной организации | | |
| Тема 9. | Марочная политика клиентоориентированной организации | | |
| Тема 10. | Управление взаимоотношениями с внутренними клиентами организации | | |
|  |  |  |  |
| **Список** **литературы** | | | |
|  |  |  |  |
| **Основная литература:** | | | |
| 1. Грушенко В. И. Эволюция восприятия маркетинга. Проектирование маркетинговой стратегии [Электронный ресурс]:Учебно-методическая литература. - Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 360 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/958467 | | | |
| 2. Меликян О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 278 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1093455 | | | |
| 3. Данько Т. П. Управление маркетингом [Электронный ресурс]:Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 521 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/468956 | | | |
| 4. Карпова С. В., Бугакова Н. П. Информационные технологии в маркетинге [Электронный ресурс]:Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 367 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/468965 | | | |
| **Дополнительная литература:** | | | |

|  |
| --- |
| 1. Шерстобитова Т.И., Семеркова Л.Н. Маркетинговое управление взаимодействием субъектов инновационной сферы [Электронный ресурс]:Монография. - Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 282 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/971769 |
| 2. Орлова Т. С., Дубровский В. Ж. Экономика предприятий: инструментарий анализа [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2017. - 281 – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p489547.pdf |
| 3. Попова И. Н., Орлова Т. С. Инструментарий прикладных экономических исследований [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2018. - 252 – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/18/p491451.pdf |
| 4. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Колчанов В. Б. Менеджмент, ориентированный на рынок:учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования". - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014. - 718 |
| 5. Управление взаимоотношениями с потребителями. Курс лекций. Тема. Рекомендации по выполнению курсовой работы [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: http://lib.wbstatic.usue.ru/202109/19.mp4 |
|  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,** **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине** |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока |
| Аннотацию подготовил: Арбенина Т.И. |

**Перечень тем курсовых работ**

|  |  |
| --- | --- |
| Дисциплина | Управление взаимоотношениями с потребителями |
| Направление подготовки | 38.03.01 Экономика |
| Профиль | Экономика предприятий и организаций |

|  |
| --- |
| 1. Формирование сервисной политики клиентоориентированной организации |
| 1. Формирование политики ценообразования клиентоориентированной организации |
| 1. Мониторинг цен на товарном рынке |
| 1. Оценка эффективности рекламной деятельности клиентоориентированной организации |
| 1. Формирование коммуникационной политики клиентоориентированной организации |
| 1. Разработка рекламной кампании клиентоориентированной организации |
| 1. Формирование сбытовой политики клиентоориентированной организации |
| 1. Формирование ассортиментной политики клиентоориентированной организации |
| 1. Разработка стратегии обновления товаров клиентоориентированной организации |
| 1. Выявление запросов потребителей при разработке нового товара клиентоориентированной организации |
| 1. Разработка программы внедрения системы электронных CRM в организации |
| 1. Маркетинговое обеспечение формирования производственной программы клиентоориентированной организации |
| 1. Управление эффективностью сбытовой деятельности клиентоориентированной организации |
| 1. Управление конкурентоспособностью товара клиентоориентированной организации |
| 1. Исследование поведения покупателя при покупке товара |
| 1. Управление разработкой нового товара и стратегии его продвижения на рынке |
| 1. Мониторинг взаимоотношений организации с потребителями |
| 1. Формирование имиджа клиентоориентированной организации |
| 1. Управление конкурентоспособностью клиентоориентированной организации |
| 1. Организация прямого маркетинга клиентоориентированной организации |
| 1. Разработка марочной политики организации |
| 1. Мониторинг взаимоотношений организации с поставщиками |
| 1. Оценка удовлетворенности клиентов организации |
| 1. Профессиональное обучение персонала клиентоориентированной организации |
| 1. Управление взаимоотношениями с клиентами в электронном бизнесе |
| 1. Использование Интернет-технологии при работе с клиентами организации |
| 1. Управление трудовой мотивацией персонала клиентоориентированной организации |
| 1. Формирование программ электронной коммерции |
| 1. Рыночное тестирование товара клиентоориентированной организации |
| 1. Управление по «точкам контакта» в клиентоориентированной организации |