|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Рабочей программы дисциплины** | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Кафедра креативного управления и гуманитарных наук | | | |  |  |
| Дисциплина | | Стратегическое управление взаимоотношениями с клиентами | |  |  |
| Направление подготовки | | 38.03.02 Менеджмент | |  |  |
| Профиль | | Креативное управление в клиентоориентированных организациях | |  |  |
| Объем дисциплины | | 5 з.е | |  |  |
| Формы промежуточной аттестации | | Зачет, Контрольная работа | |  |  |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины** | | | | | |
|  |  | | | |  |
|  |
| Тема | Наименование темы | | | |  |
| Тема 1. | Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. Определение термина CRM. Сущность и принципы концепции CRM. | | | |  |
| Тема 2. | Классификация и функции, типы CRM. Основные компоненты систем CRM. Источники эффективности CRM. | | | |  |
| Тема 3. | Архитектура, состояние рынка и особенности проектов по внедрению систем управления взаимоотношениями с клиентами. | | | |  |
| Тема 4. | Внедрение систем управления взаимоотношениями с клиентами. Обоснование и аргументирование своих позиций в устных и письменных деловых взаимоотношениях с клиентами. | | | |  |
| Тема 5. | Процесс разработки стратегии CRM. Эволюция методов удержания клиентов. | | | |  |
| Тема 6. | Использование современных информационно-аналитических систем и телекоммуникационных технологий для эффективного управления взаимоотношениями с клиентами. | | | |  |
| Тема 7. | Проблемы автоматизации клиентского взаимодействия в клиентоориентированных организациях. Осуществление взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей. | | | |  |
| Тема 8. | Стратегические требования к подразделениям, осуществляющим взаимодействие с клиентами. Расчет доходности/ценности клиентов. | | | |  |
| Тема 9. | Принципы сегментации клиентов. Формирование целевых групп клиентов. Сегментирование клиентов по реакции на маркетинговые предложения и по стратегии приобретения. | | | |  |
| Тема 10. | Управление маркетинговыми кампаниями в CRM-системах. Ответственные управленческие решения в условиях различных мнений и в рамках своей профессиональной компетенции. | | | |  |
| Тема 11. | Контроль функций менеджеров по продажам. Автоматизация продаж и мобильные решения CRM. | | | |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тема 12. | Аналитические возможности CRM. Разработка и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами. |  |
|  |  |  |
| **Список** **литературы** | | |
|  |  |  |
| **Основная литература:** | | |
| 1. Литвак Б. Г. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]:Учебник для бакалавров. - Москва: Юрайт, 2019. - 507 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/425854 | | |
|
| 2. Московский политехнический университет Стратегическое управление [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 234 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1091824 | | |
|  |  |  |
| **Дополнительная литература:** | | |
| 1. Хейг П. Управленческие концепции и бизнес-модели: полное руководство [Электронный ресурс]:Практическое пособие. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2019. - 370 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1078477 | | |
|
| 2. Горбатов С., Лэйн А. Обратная связь в бизнесе: честный диалог с клиентами и сотрудниками [Электронный ресурс]:Научно-популярная литература. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2020. - 344 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1221814 | | |
|  |  |  |
| **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. | | |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023. | | |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023. | | |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока. | | |
| Libre Office. Лицензия GNU LGPL. 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 | | |
| Справочно-правовая система Консультант +. Срок действия лицензии до 31.12.2023 | | |
|  |  |  |
| Аннотацию подготовил: Матвеева А.И. | | |

.