|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4) | | | |  |
| Тема 2. | Анализ потребителей: запросы, взаимоотношения, удовлетворенность, лояльность (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4) | | | |  |
| Тема 3. | Анализ конкурентов и конкурентоспособности организации (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК- 4) | | | |  |
| Тема 4. | Товарная политика и производственная программа клиентоориентированной организации (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4) | | | |  |
| Тема 5. | Сбытовая политика клиентоориентированной организации (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4) | | | |  |
| Тема 6. | Политика взаимоотношений с поставщиками (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4) | | | |  |
| Тема 7. | Коммуникационная политика клиентоориентированной организации (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4) | | | |  |
| Тема 8. | Факторы ценообразования и ценовая политика клиентоориентированной организации (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4) | | | |  |
| Тема 9. | Марочная политика клиентоориентированной организации (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК- 4) | | | |  |
| Тема 10. | Управление взаимоотношениями с внутренними клиентами организации (ПК-1, ПК- 2, ПК-3, ПК-4) | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **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 с. – 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 с. – 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 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/971769 |
|
| 2. Орлова Т. С., Потапцева Е. В., Дубровский В. Ж., Кокшарова В. Г., Махинова Н. В., Калабина Е. Г., Зотова Л. Н., Смирных С. Н., Черепанова Т. Г., Арбенина Т. И. 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., Ярошевич Н. Ю., Арбенина Т. И., Дубровский В. Ж., Ли В. А., Орлова Т. С., Смирных С. Н. 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., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок:учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования". - Санкт- Петербург [и др.]: Питер, 2014. - 718 |
| 5. Арбенина 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. |
| 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. |
| 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 |
| **Сетевое** **издание** **«Информационный** **ресурс** **СПАРК»** **http://www.spark-interfax.ru** |
|  |
| Аннотацию подготовил: Арбенина Т.И. |

.

**Перечень тем курсовых работ**

|  |
| --- |
| 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. Управление взаимоотношениями 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 |