|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **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 терминаCRM. 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 системуправления взаимоотношениями с клиентами. |  |
| Тема 4. | Внедрение систем управления взаимоотношениями с клиентами. Обоснование иаргументирование своих позиций в устных и письменных деловыхвзаимоотношениях с клиентами. |  |
| Тема 5. | Процесс разработки стратегии CRM. Эволюция методов удержания клиентов. |  |
| Тема 6. | Использование современных информационно-аналитических систем ителекоммуникационных технологий для эффективного управлениявзаимоотношениями с клиентами. |  |
| Тема 7. | Проблемы автоматизации клиентского взаимодействия в клиентоориентированныхорганизациях. Осуществление взаимодействия с потребителями продукцииорганизации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты,информационных интернет-ресурсов, социальных сетей. |  |
| Тема 8. | Стратегические требования к подразделениям, осуществляющим взаимодействие склиентами. Расчет доходности/ценности клиентов. |  |
| Тема 9. | Принципы сегментации клиентов. Формирование целевых групп клиентов.Сегментирование клиентов по реакции на маркетинговые предложения и постратегии приобретения. |  |
| Тема 10. | Управление маркетинговыми кампаниями в CRM-системах. Ответственныеуправленческие решения в условиях различных мнений и в рамках своейпрофессиональной компетенции. |  |
| Тема 11. | Контроль функций менеджеров по продажам. Автоматизация продаж и мобильныерешения CRM. |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тема 12. | Аналитические возможности CRM. Разработка и обоснование предложений повнедрению 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 [Электронныйресурс]:Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 234 с. – Режимдоступа: https://znanium.com/catalog/product/1091824 |
|  |  |  |
| **Дополнительная литература:** |
|  1. Хейг П. Управленческие концепции и бизнес-модели: полное руководство [Электронныйресурс]:Практическое пособие. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2019. - 370 с. – Режимдоступа: https://znanium.com/catalog/product/1078477 |
|
|  2. Горбатов С., Лэйн А. Обратная связь в бизнесе: честный диалог с клиентами исотрудниками [Электронный ресурс]:Научно-популярная литература. - Москва: ООО "АльпинаПаблишер", 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.  |

.