**АННОТАЦИЯ**

**Рабочей программы дисциплины**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Дисциплина*** | **Управление взаимоотношениями с потребителями** | |
| ***Направление подготовки*** | 38.03.01 | Экономика |
| ***Направленность (профиль)*** | Экономика предприятий и организаций | |
| ***Объем дисциплины*** | 9 з.е. | |
| ***Формы промежуточной аттестации*** | Зачет, Экзамен  Курсовая работа | |
| ***Кафедра*** | *Экономики предприятий* | |
| ***Краткое содержание дисциплины*** | | |
| Введение | | |
| Тема 1. Методологические основы формирования системы управления  взаимоотношениями с потребителями фирмы | | |
| Тема 2. Маркетинговые исследования в управлении взаимоотношениями с потребителями | | |
| Тема 3. Товарная политика клиентоориентированной фирмы | | |
| Тема 4. Сбытовая политика клиентоориентированной фирмы | | |
| Тема 5. Политика взаимоотношений с поставщиками клиентоориентированной фирмы | | |
| Тема 6. Коммуникационная политика клиентоориентированной фирмы | | |
| Тема 7. Ценовая политика клиентоориентированной фирмы | | |
| Тема 8. Марочная политика клиентоориентированной фирмы | | |
| Тема 9. Управление клиентской лояльностью | | |
| Тема 10. Управление взаимоотношениями с внутренними клиентами фирмы | | |
| ***Список литературы*** | | |
| **Основная литература**   1. Грушенко, В. И. Эволюция восприятия маркетинга. Проектирование маркетинговой стратегии [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр») / В. И. Грушенко. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 360 с. [*https://new.znanium.com/catalog/product/958467*](https://new.znanium.com/catalog/product/958467) 2. Данько, Т. П. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Т. П. Данько. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2018. - 521 с. [*http://www.biblio-online.ru/book/8854541A-5C2E-4707-8E94-69B11492EA79*](http://www.biblio-online.ru/book/8854541A-5C2E-4707-8E94-69B11492EA79) 3. Полынская, Г. А. Информационные системы маркетинга [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Г. А. Полынская. - Москва : Юрайт, 2019. - 370 с. [*https://www.biblio-online.ru/bcode/432973*](javascript:%20void(0)) 4. Экономика предприятий: инструментарий анализа [Текст] : учебное пособие / [Т. С. Орлова [и др.] ; под общ. ред. В. Ж. Дубровского, Т. С. Орловой ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2017. - 281 с. [*http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p489547.pdf*](http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p489547.pdf) 50экз.   **Дополнительная литература**   1. Шерстобитова, Т. И. Маркетинговое управление взаимодействием субъектов инновационной сферы [Электронный ресурс] : монография / Т. И. Шерстобитова, Л. Н. Семеркова. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 282 с. [*https://new.znanium.com/catalog/product/971769*](javascript:%20void(0)) 2. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр") / Л. С. Драганчук. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 192 с. [*https://new.znanium.com/catalog/product/752504*](https://new.znanium.com/catalog/product/752504) 3. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] : учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас, Изабель Шулинг ; [пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова]. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 718 с. (15 экз.) 4. Титова, В. А. Управление поведением потребителей [Электронный ресурс] : учебник / В. А. Титова, Д. Л. Глебова, Т. В. Титова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2013. - 387 с. [*https://new.znanium.com/catalog/product/546042*](https://new.znanium.com/catalog/product/546042) | | |
| ***Перечень информационных технологий, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем, онлайн курсов, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине*** | | |
| **Перечень лицензионное программное обеспечение:**  - Программы для ЭВМ «Лицензия на право установки и использования операционной системы общего назначения AstraLinuxCommonEdition ТУ 5011-001-88328866-2008 версии 2.12. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения  - Программы для ЭВМ «Мой Офис Стандартный». Лицензия Корпоративная на пользователя для образовательных организаций, без ограничения срока действия. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017.  **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**  Общего доступа  - Справочная правовая система ГАРАНТ  - Справочная правовая система Консультант плюс  - Система профессионального анализа рынков и компаний «Информационный ресурс СПАРК» (<http://www.spark-interfax.ru/> ) | | |
| ***Перечень онлайн курсов*** | | |
| В данной дисциплине не реализуются | | |
| ***Перечень профессиональных стандартов*** | | |
| 08.037 Профессиональный стандарт "Бизнес-аналитик", утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25 сентября 2018 г. N 592н | | |

Аннотацию подготовил Т.И.Арбенина

**Перечень тем курсовых работ**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Дисциплина*** | **Управление взаимоотношениями с потребителями** |
| ***Направление подготовки*** | 38.03.01 Экономика |
| ***Направленность (профиль)*** | Экономика предприятий и организаций |
| ***Кафедра*** | *экономики предприятий* |
| ***Темы курсовых работ*** | |
| 1 Формирование сервисной политики клиентоориентированной фирмы | |
| 2 Формирование политики ценообразования клиентоориентированной фирмы | |
| 3 Оценка эффективности рекламной деятельности клиентоориентированной фирмы | |
| 4 Формирование коммуникационной политики клиентоориентированной фирмы | |
| 5 Разработка рекламной кампании клиентоориентированной фирмы | |
| 6 Проектирование каналов сбыта продукции клиентоориентированной фирмы | |
| 7 Формирование сбытовой политики клиентоориентированной фирмы | |
| 8 Формирование ассортиментной политики клиентоориентированной фирмы | |
| 9 Разработка стратегии обновления товаров клиентоориентированной фирмы | |
| 10 Маркетинговые исследования при разработке нового товара клиентоориентированной фирмы | |
| 11 Разработка программы внедрения системы электронных CRM в компании | |
| 12 Маркетинговое обеспечение формирования производственной программы клиентоориентированной фирмы | |
| 13 Управление эффективностью сбытовой деятельности клиентоориентированной фирмы | |
| 14 Маркетинговый план в бизнес-плане клиентоориентированной фирмы | |
| 15 Управление конкурентоспособностью товара клиентоориентированной фирмы | |
| 16 Исследование поведения покупателя при покупке товара | |
| 17 Управление разработкой нового товара и стратегии его продвижения на рынке | |
| 18 Мониторинг взаимоотношений фирмы с потребителями | |
| 19 Формирование имиджа клиентоориентированной фирмы | |
| 20 Управление конкурентоспособностью клиентоориентированной фирмы | |
| 21 Организация прямого маркетинга клиентоориентированной фирмы | |
| 22 Разработка марочной политики предприятия | |
| 23 Мониторинг взаимоотношений фирмы с поставщиками | |
| 24 Информационное обеспечение маркетинговой деятельности клиентоориентированной фирмы | |
| 25 Оценка удовлетворенности клиентов организации | |
| 26 Профессиональное обучение персонала клиентоориентированной фирмы | |
| 27 Управление взаимоотношениями с клиентами в электронном бизнесе | |
| 28 Использование Интернет-технологии при работе с клиентами организации | |
| 29 Управление трудовой мотивацией персонала клиентоориентированной фирмы | |
| 30 Разработка программ социального маркетинга в компании | |
| 31 Формирование комплекса маркетинга услуг | |
| 32 Формирование программ электронной коммерции | |
| 33 Обоснование стратегии сегментирования рынка клиентоориентированной фирмы | |
| 34 Рыночное тестирование товара клиентоориентированной фирмы | |
| 35Управление по «точкам контакта» клиентоориентированной фирмы | |

Аннотацию подготовил Т.И. Арбенина