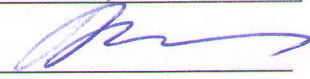


АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Направление подготовки (специальность)	38.03.02 «Менеджмент»
Направленность (профиль) подготовки	Маркетинг
Цель освоения дисциплины	формирование теоретических знаний в сфере маркетинга взаимоотношений - нового направления в теории и практике маркетинга за рубежом и в России, а также развитие практических навыков формирования эффективных партнерских отношений клиентоориентированной компании
Общая трудоемкость дисциплины	4 зачетных единицы, 144 часа
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой
Краткое содержание дисциплины:	Тема 1. Теоретические основы концепции маркетинга взаимоотношений Тема 2. Роль и значение клиента в маркетинге взаимоотношений Тема 3. Методические аспекты исследования ценности клиентов Тема 4. Использование CRM-системы при формировании лояльности клиентов Тема 5. Сервисная составляющая клиентских программ Тема 6. Удовлетворенность клиентов как фактор сохранения взаимоотношений Тема 7. Внутренний маркетинг Тема 8. Маркетинг партнерских отношений с поставщиками

Аннотацию рабочей программы составил доцент, к.э.н. Смирнов В.Н. 
(ФИО, должность, подпись)