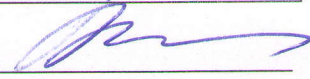


## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### МАРКЕТИНГ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

<b>Направление подготовки (специальность)</b>	38.03.02 «Менеджмент»
<b>Направленность (профиль) подготовки</b>	Маркетинг
<b>Цель освоения дисциплины</b>	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
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	4 зачетных единицы, 144 часа
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Зачет с оценкой
<b>Краткое содержание дисциплины:</b>	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)

30.08.2022