

## АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ МАРКЕТИНГ ВІДНОСИН

**Освітні програми:** для всіх спеціальностей факультету

**Цикл:** вибіркових дисциплін загальної підготовки ОП факультету.

**Статус:** вибіркова навчальна дисципліна.

**Навчальний рік:** 2021-2022 н.р

**Мета:** формування у студентів уявлення про основи теорії і практики маркетингу відносин; засвоєння практичних навичок послідовного і цілеспрямованого формування системи ефективних партнерських відносин клієнтоорієнтованої компанії.

**Основні завдання дисципліни:** вивчення сутності та принципів функціонування маркетингу відносин, дослідження особливостей управління відносинами між працівниками, компанією та її споживачами, набуття навичок виявлення та оцінки мотиваційних чинників поведінки і задоволеності споживачів та етапів ефективного проведення переговорів, оволодіння основними прийомами, методами, інструментарієм маркетингу відносин; формування довгострокової лояльності споживачів, вміння будувати і послідовно втілювати в життя маркетингові стратегії розвитку компанії використовуючи інструментарій маркетингу відносин з партнерами тощо.

**У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:**

**знати:** завдання та цілі маркетингу відносин, зв'язок його зі стратегічним маркетингом та іншими видами діяльності підприємства; особливості тактики та поведінки щодо утримання прихильності і лояльності покупця; принципи розвитку довгострокової взаємодії партнерів; моделі та методи формування взаємовідносин в бізнес середовищі; методи оцінки перспектив стратегічних напрямів розвитку маркетингу відносин.

**вміти:** визначити ключові фактори успіху взаємовідносин в бізнес середовищі; здійснювати стратегічний аналіз споживчих позицій покупців; прогнозувати поведінку споживачів; визначити сценарії майбутнього розвитку взаємовідносин із покупцями, партнерами, конкурентами; розробляти план стратегічного маркетингу відносин.

**Зміст дисципліни:**

**Тема 1.** Теоретичні основи концепції маркетингу відносин

**Тема 2.** Внутрішній маркетинг

**Тема 3.** Задоволеність клієнтів в маркетингу відносин

**Тема 4.** Невербальні засоби спілкування

**Тема 5.** Аналіз прибутковості покупців

**Тема 6.** Переговорний процес

**Тема 7.** Відносини «службовець - клієнт»

**Тема 8.** Відносини «компанія - клієнт»

**Тема 9.** Особливості маркетингу відносин за сферами діяльності

**Тема 10.** CRM-системи: особливості функціонування

**Викладацький склад:**

**Лектор:** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Макарова В.В.

**Викладач практичних занять:** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Макарова В.В.

**Тривалість:** 5 кредитів ECTS, 15 тижнів, 4 години на тиждень.

**Оцінювання:** поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – залік.