

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.05.2023 17:29:01

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Маркетинговые технологии управления клиентской лояльностью

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование у будущих магистров комплекса знаний, умений и навыков, связанных маркетинговыми технологиями управления клиентской лояльностью.
-----	---

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

алгоритм эффективной коммуникации в устной и письменной форме для построения контакта с целевой аудиторией, варианты и методы работы компании с потребителями для повышения эффективности маркетинговых решений в рамках управления клиентской лояльностью, методы анализа и оценки маркетинговой деятельности в рамках организации долгосрочных контактов с потребителями (соотнесено с индикатором ПК-1.1)

Уметь:

Уметь реализовывать методы работы маркетолога компании с потребителями для повышения эффективности маркетинговых решений в рамках управления клиентской лояльностью, осуществлять эффективную коммуникации в устной и письменной форме для построения контакта с целевой аудиторией, использовать методы анализа и оценки маркетинговой деятельности в рамках организации долгосрочных контактов с потребителями (соотнесено с индикатором ПК-1.2)

Владеть:

Владеть инструментом работы маркетолога компании с потребителями для повышения эффективности маркетинговых решений в рамках управления клиентской лояльностью Владеть инструментом эффективной коммуникации в устной и письменной форме для построения контакта с целевой аудиторией, навыками современных способов анализа и выбора маркетинговой стратегии управления отношениями с потребителями с учетом состояния бизнес-среды организации (соотнесено с индикатором ПК-1.3)