

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.05.2023 17:31:56

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Маркетинговые технологии управления клиентской лояльностью

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план z38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

| Курс | 2 | | Итого | |
|-------------------|----|----|-------|----|
| | уп | рп | | |
| Вид занятий | | | | |
| Практические | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Итого ауд. | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Контактная работа | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Сам. работа | 58 | 58 | 58 | 58 |
| Часы на контроль | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 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)