

Аннотация дисциплины Б.1.2.3 Дисциплина. Поведение потребителей и менеджмент взаимоотношений с клиентами

Дисциплина "Поведение потребителей и менеджмент взаимоотношений с клиентами" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Менеджмент организации" направления подготовки "38.03.02 Менеджмент".

Дисциплина изучается в 3, 4 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 108/3 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме без контрольной акции, зачет.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-3 Способен применять технологию проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга на основе использования знаний о поведении потребителей экономических благ и принципах формирования спроса, в том числе на международных рынках

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Поведение потребителей и общество потребления.
Поведение потребителей на B2C и B2B рынках.
Модели поведения потребителей.
2. Внешние и внутренние факторы поведения потребителей.
3. Ситуации покупки и типы потребительских решений. Этапы решения о покупке.
4. Принципы и отличительные черты менеджмента взаимоотношений с клиентами (CRM). Стратегия CRM. Концепция пирамиды клиентов. Классификация потребителей по степени интенсивности потребления.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: исследовательские, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, задания, информационные, классическая лекция.