

Аннотация рабочей программы

Поведение потребителей и управление отношениями с клиентами

Дисциплина «Поведение потребителей и управление отношениями с клиентами» является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки «Менеджмент» в рамках магистерской программы «Стратегический маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете государственного управления Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова кафедрой стратегических коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование компетенций выпускника: способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; иметь знания о принципах и методах формирования и поддержания спроса, продвижения товаров на рынке.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с поведением потребителей в XXI веке, а также анализом стратегий выстраивания отношений с клиентами. Непредсказуемость поведения потребителей обуславливается как их собственными отношениями с поставщиками и производителями, так и с самими продуктами; важными параметрами для анализа ситуации являются креативность и инновационность самих потребителей, их комплексные и усложняющиеся требования к самому процессу производства. Курс предлагает междисциплинарный взгляд на практическую проблему выстраивания отношений с клиентами на основе таких областей научного знания как маркетинг, социология и коммуникация.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, мастер-классы, практические занятия, семинары, коллоквиумы, самостоятельную работу студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных практических работ, деловых игр, докладов, кейс-стади, выступления с презентацией и промежуточный контроль в форме контрольного тестирования и выполнения практического задания.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (2 часа), практические (16 часа) занятия и 54 часа самостоятельной работы студента.