Краткое описание дисциплины **«Маркетинг взаимоотношений»**

|  |  |
| --- | --- |
| Название дисциплины по выбору студента | Маркетинг взаимоотношений |
| Специальность (специализация), для которой предлагается дисциплина по выбору | 1-31 03 06 Экономическая кибернетика (по направлениям) |
| Ступень высшего образования | I |
| Название магистерской программы | - |
| Курс обучения для ДФО/ курс обучения для ЗФО | 2/ |
| семестр обучения для ДФО/ семестр обучения для ЗФО | 3/ |
| объем дисциплины/  количество кредитов | 52/2,5 |
| Фамилия, И.О. лектора, ученое звание, ученая степень | Акулич И.Л., д.э.н., проф. |
| Дисциплина - предшественник | Основы маркетинга |
| Содержание дисциплины по выбору студента | Теоретические основы маркетинга взаимоотношений. Клиент в маркетинге взаимоотношений. Основные факторы, определяющие ценность клиента. Методы определения ценности клиента. Менеджмент взаимоотношений предприятия с клиентами. |
| Рекомендуемая литература | 1.Акулич И.Л. Маркетинг взаимоотношений. Учебное пособие / И.Л. Акулич. – Мн: Вышэйшая школа, 2010.  2. Гембл, П. Маркетинг взаимоотношений с потребителями./П.Гембл. – М.: ФНИИР-ПРЕСС, 2002.  3. Акулич И.Л. Маркетинг. Практикум.Учебное пособие / И.Л. Акулич. – Мн: Вышэйшая школа, 2010. |
| Язык обучения | Русский |
| Требования к изучению дисциплины (при их наличии) | Знание методологии формирования стратегий маркетинга, взаимоотношений маркетинга |
| Кафедра, за которой закреплена дисциплина по выбору студента | Маркетинга |