

Управління лояльністю споживачів

Ступінь, що здобувається	<i>магістр</i>
Курс	<i>1</i>
Обсяг дисципліни (кредити)	<i>5</i>
Мова викладання	<i>українська</i>
Кафедра	<i>маркетингу</i>
Викладач(і)	<i>Данкеєва О.М. доцент кафедри маркетингу</i>
Вимоги до початку вивчення (за необхідності)	<i>-</i>
Що буде вивчатися	<i>На лекційних та практичних заняттях будуть розглядатися: типи лояльності споживачів, види програм лояльності, організація системи управління лояльністю споживачів, методи оцінювання результативності формування лояльності споживачів та ін.</i>
Чому це цікаво треба вчити	<i>В умовах загострення конкурентної боротьби між суб'єктами підприємницької діяльності, зростанням насиченості ринків, розвитком інформатизації суспільства перед керівництвом більшості підприємств різних сфер діяльності, особливо торговельних, постає проблема не стільки залучення нових споживачів, як утримання існуючих з метою збільшення повторних купівель у поєднанні з побудовою емоційної прихильності до товару, послуги або до самого підприємства.</i>
Чого можна навчитися	<i>Після опанування дисципліни здобувачі отримають навички щодо визначення вподобання споживачів; здійснення диференційованого управління у споживчих сегментах; налагоджування діалогу зі споживачами, ефективного використання засобів зворотного зв'язку; розробки та впровадження програм лояльності, метою яких є залучення та утримання клієнтів, із застосуванням сучасних Інтернет-технологій.</i>
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	<i>В професійній діяльності набуті знання допоможуть визначати рівень споживчого задоволення, формувати лояльність споживачів, визначати відношення до торгової марки, формувати цінність бренду, розробляти практичні інструменти формування лояльності, проводити аналіз купівельної поведінки</i>
Форма занять	<i>Лекційні та практичні заняття</i>
Форма підсумкового контролю	<i>Диференційований залік</i>