СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ
« УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТСЬКИМИ ВІДНОСИНАМИ»

Курс: Управління клієнтськими відносинами
Рівень освіти: Бакалавр
Спеціальність: 073 – Менеджмент
Кількість кредитів ECTS: 5
Форма навчання: Денна/заочна
Термін навчання: 1 семестр
Форма контролю: залік

1. ОПИС КУРСУ

Курс "Управління клієнтськими відносинами" орієнтований на формування знань та навичок, необхідних для ефективного управління взаємовідносинами з клієнтами в умовах сучасного бізнес-середовища. Студенти отримають знання про ключові аспекти управління клієнтським досвідом, лояльністю та взаємодією з клієнтами. Курс акцентує увагу на застосуванні сучасних технологій для оптимізації процесів взаємодії з клієнтами та покращення ефективності бізнесу.

2. МЕТА КУРСУ

Метою курсу є формування у студентів теоретичних та практичних знань щодо управління клієнтськими відносинами, розвиток навичок взаємодії з різними типами клієнтів, а також освоєння основних інструментів та технологій для підвищення задоволеності клієнтів і лояльності.

3. ЗАВДАННЯ КУРСУ

- Ознайомити студентів з основними теоретичними аспектами управління клієнтськими відносинами.
- Розкрити практичні методи та стратегії побудови ефективних відносин з клієнтами.
- Навчити студентів використовувати сучасні технології для покращення комунікації та взаємодії з клієнтами.
- Задіяти знання для аналізу та оцінки ефективності клієнтських стратегій.
-

4. ОСНОВНІ ТЕМИ КУРСУ

1. **Вступ до управління клієнтськими відносинами**
    - Поняття та значення управління клієнтськими відносинами.
    - Основні елементи CRM (Customer Relationship Management).
    - Роль клієнтів у сучасному бізнесі.

2. **Стратегії та моделі управління клієнтськими відносинами**
    - Стратегії залучення та утримання клієнтів.
    - Моделі лояльності клієнтів.
    - Розробка та реалізація клієнтських стратегій.
3. **Клієнтський досвід та взаємодія з клієнтами**
    - Формування клієнтського досвіду.
    - Взаємодія з клієнтами через різні канали (онлайн, офлайн).
    - Роль персоналізації в управлінні клієнтськими відносинами.
4. **Інструменти та технології управління клієнтськими відносинами**
    - CRM-системи та їх застосування.
    - Використання Big Data в управлінні клієнтськими відносинами.
    - Автоматизація маркетингових процесів.
5. **Клієнтська лояльність та управління конфліктами**
    - Стратегії підвищення лояльності клієнтів.
    - Робота з негативними відгуками та конфліктами.
    - Визначення задоволеності клієнтів.
6. **Оцінка ефективності управління клієнтськими відносинами**
    - Вимірювання результатів клієнтських стратегій.
    - Аналіз ефективності CRM-ініціатив.
    - Оцінка впливу клієнтського досвіду на фінансові показники.

5. МЕТОДИКА НАВЧАННЯ

- Лекції.
- Практичні заняття.
- Кейс-стаді.
- Групові проекти.
- Дискусії та обговорення.
- Використання CRM-систем для практичних завдань.

6. ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання знань студентів здійснюється за наступними критеріями:

- **Тести та контрольні роботи** – 30%
- **Практичні завдання та групові проекти** – 40%
- **Презентація фінального проекту** (розробка стратегії управління клієнтськими відносинами для конкретної компанії) – 20%
- **Активність на заняттях** – 10%

7. ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. **Котлер Ф., Армстронг Г.** «Маркетинг: Менеджмент» (14-те видання). – Київ: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2020.
2. **Грінберг Л.** «Управління клієнтськими відносинами» – Львів: Видавництво «Літера», 2019.
3. **Шевченко О. О.** «CRM-системи: сучасні технології управління клієнтськими відносинами» – Київ: Академія, 2021.

Додаткова література:

1. **Кузьмічова В. О.** «Маркетингові стратегії та лояльність клієнтів» – Харків: Фоліо, 2021
2. **Яценко І. В.** «Інструменти аналізу та управління клієнтськими відносинами» – Київ: Видавництво «Основа», 2020.
3. **Кулинич С. І.** «CRM в умовах цифрової трансформації» – Львів: Видавництво «Наукова думка», 2021.

8. ПЛАН ЗАНЯТЬ

Тема	Дата	Тривалість	Примітки
Вступ до управління клієнтськими відносинами	1-й тиждень	2 години	
Стратегії та моделі управління клієнтськими відносинами	2-й тиждень	2 години	
Клієнтський досвід та взаємодія з клієнтами	3-й тиждень	2 години	
Інструменти та технології управління клієнтськими відносинами	4-й тиждень	2 години	
Клієнтська лояльність та управління конфліктами	5-й тиждень	2 години	
Оцінка ефективності управління клієнтськими відносинами	6-й тиждень	2 години	
Кейс-стаді та групові проекти	7-й тиждень	2 години	
Презентація фінальних проектів	8-й тиждень	2 години	

9. РЕКОМЕНДАЦІЇ ПО НАВЧАННЮ

Для успішного освоєння курсу студентам рекомендовано активно брати участь у практичних заняттях, виконувати всі завдання, аналізувати реальні приклади управління клієнтськими відносинами в компаніях, а також демонструвати свої знання та навички під час групових проєктів.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

1. Що таке CRM-система і яка її роль в управлінні клієнтськими відносинами?
2. Як можна розвивати клієнтську лояльність за допомогою сучасних технологій?
3. Які основні стратегії утримання клієнтів застосовуються в бізнесі?
4. Як оцінити ефективність впровадження CRM-системи в компанії?
5. Чим відрізняється управління клієнтськими відносинами для B2B та B2C компаній?
6. Які основні етапи побудови клієнтської стратегії в організації?
7. Як реагувати на негативні відгуки клієнтів? Які методи врегулювання конфліктів існують?
8. Що таке "клієнтський досвід" і чому він важливий для бізнесу?
9. Як персоналізація взаємодії з клієнтами може покращити результативність бізнесу?
10. Які методи вимірювання задоволеності клієнтів використовуються в сучасному бізнесі?

6. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

Тема 1: Вступ до управління клієнтськими відносинами

1. **Що таке CRM?**
   - а) Інструмент для фінансового обліку
   - б) Система для управління відносинами з клієнтами
   - в) Програма для планування маркетингових кампаній
   - г) тформа для створення онлайн-магазину
2. **Яка з наведених характеристик не є частиною CRM-системи?**
   - а) Зберігання контактних даних клієнтів
   - б) Аналіз поведінки клієнтів
   - г) Оцінка ефективності маркетингових кампаній
   - d) Ведення бухгалтерії

Тема 2: Стратегії та моделі управління клієнтськими відносинами

3. **Яка стратегія використовується для утримання клієнтів за допомогою персоналізації?**
   - а) Стратегія диференціації
     б) Стратегія масового маркетингу
   - в) Стратегія лояльності

- г) Стратегія скорочення витрат

4. **Які моделі можуть бути застосовані для побудови стратегії управління клієнтськими відносинами?**
   - а) Модель 5 сил Портера
   - б) Модель взаємодії з клієнтом
   - в) Модель SWOT-аналізу
   - г) Модель життєвого циклу продукту

Тема 3: Клієнтська лояльність та управління конфліктами

5. **Як реагувати на негативний відгук клієнта?**
   - а) Ігнорувати відгук
   - б) Надати швидку та конструктивну відповідь
   - в) Видалити відгук
   - г) Звинувачувати клієнта

7. ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

1. **Аналіз CRM-системи:**
   Виберіть одну CRM-систему, яку використовує компанія, та проаналізуйте її функціонал. Опишіть переваги та недоліки цієї системи для управління клієнтськими відносинами в бізнесі. Визначте, як можна оптимізувати роботу з клієнтами за допомогою цієї системи.
2. **Розробка стратегії лояльності клієнтів:**
   Розробіть стратегію утримання клієнтів для компанії, яка працює в сфері послуг. Визначте інструменти та методи, які будуть використані для підвищення лояльності клієнтів, а також способи оцінки ефективності цієї стратегії.
3. **Робота з негативними відгуками:**
   Проаналізуйте негативний відгук клієнта про продукт чи послугу компанії. Напишіть план дій щодо вирішення цього конфлікту, враховуючи рекомендації щодо покращення взаємодії з клієнтом.
4. **Побудова моделі клієнтського досвіду:**
   Виберіть компанію, яка активно працює з клієнтами, і побудуйте модель клієнтського досвіду для цієї компанії. Охарактеризуйте основні етапи взаємодії з клієнтами, які мають найбільший вплив на їх задоволення.

8. ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ

- Тести та контрольні роботи – 30%
- Практичні завдання та групові проекти – 40%
- Презентація фінального проекту (стратегії управління клієнтськими відносинами) – 20%

- Активність на заняттях – 10%

9. ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. **Котлер Ф., Армстронг Г.** «Маркетинг: Менеджмент» (14-те видання). – Київ: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2020.
2. **Грінберг Л.** «Управління клієнтськими відносинами» – Львів: Видавництво «Літера», 2019.
3. **Шевченко О. О.** «CRM-системи: сучасні технології управління клієнтськими відносинами» – Київ: Академія, 2021.