

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление лояльностью клиента»

Дисциплина «Управление лояльностью клиента» является частью программы бакалавриата «Менеджмент (общий профиль , СУОС)» по направлению «38.03.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование у студентов навыков построения программ лояльности, современных цифровых технологий. Задачи дисциплины: - Понимание методов оценки мнений клиентов с применением сквозных цифровых технологий (Яндекс Формы, Google Forms); - Освоение способов выстраивания долгосрочных отношений с потребителями; - Формирование навыков разработки программ управления лояльностью клиентов с применением современных цифровых технологий (Google sheets, Miro, XMind, Canva и др.); - Формирование навыков разработки, обоснования и расчета ключевых показателей эффективности программ лояльности клиентов с применением сквозных цифровых технологий (Google sheets, онлайн-калькуляторы и интегрированные сквозные решения для программ лояльности MindBox и др.).

Изучаемые объекты дисциплины

Изучаемые объекты дисциплины: - Программы лояльности и коммуникаций с потребителем; - Ключевые показатели эффективности программ лояльности клиентов; - Современные автоматизированные системы для оценки эффективности программ лояльности..

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		5	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
5-й семестр				
Раздел 4. Условия запуска программы лояльности	4	0	8	12
Тема 8. Таргетирование участников, методы привлечения, модель запуска программы лояльности, оценка эффективности программы лояльности и корректировка на основе эффективности				
Раздел 1. Теории комплексной лояльности	4	0	8	12
Тема 1. Сегментация потребителей и место лояльности в ней. Определение и виды лояльности. Тема 2. Удовлетворенность и лояльность. Модель Дика и Базу. Теория поколений Тема 3. Типология программ лояльности				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Раздел 3. Прогнозирование эффективности программы лояльности	4	0	8	14
Тема 7. Метрики оценки и прогнозирование эффективности программы лояльности Цифровые технологии для обоснования и расчета ключевых показателей эффективности программ лояльности клиентов (специализированные онлайн-калькуляторы и интегрированные сквозные решения для программ лояльности MindBox и другие, Google sheets)				
Раздел 2. Программы лояльности в ритейле и услугах	4	0	12	16
Тема 4. Механики и инструменты программы лояльности. Тема 5. Этапы разработки концепции программы лояльности. Тема 6. Современные цифровые технологии для интегрированной работы с программами лояльности клиентов. Современные автоматизированные системы для интегрированной работы с программами лояльности клиентов (MindBox и другие, а также вспомогательные инструменты: Яндекс Формы, Google Forms, Google sheets, Miro, XMind, Canva и другие)				
ИТОГО по 5-му семестру	16	0	36	54
ИТОГО по дисциплине	16	0	36	54