

## АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

### «Управління лояльністю споживачів» Ступень «Бакалавр»

Кількість кредитів ECTS	Семестр
4	5

**1 Мета опанування дисципліни:** формування теоретичних знань та практичних навичок щодо визначення особливостей управління лояльністю споживачів, практичних навичок з формування професійного мислення щодо управління лояльністю споживачів

**2 Завдання:** вивчення загальних закономірностей управління лояльністю споживачів; загальні поняття теорії управління лояльністю споживачів; ознайомлення із типами лояльності споживачів, моделями поведінки споживачів; дослідження класифікації та параметрів лояльності споживачів; ознайомлення із концепцією холістичного (цілісного) маркетингу, маркетингу відносин, їх характеристиками; дослідження сучасного напрямку соціально відповідального маркетингу в управлінні; розгляд особливостей маркетингового управління лояльністю клієнтів роздрібних торговельних підприємств; дослідження шляхів підвищення споживчої лояльності як фактора формування інноваційного середовища роздрібно-торговельного підприємства

### **3 Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування дисципліни:**

#### **знання і розуміння:**

теоретичних та методологічних основ функціонування управління лояльністю споживачів моделей поведінки споживачів

сучасного напрямку соціально відповідального маркетингу в управлінні класифікації та параметрів лояльності споживачів

#### **застосування знань і розуміння:**

уміння знаходити причинно-наслідкові зв'язки між процесами управління лояльністю клієнтів роздрібних торговельних підприємств

уміння використовувати методологічні та методичні прийоми при обслуговуванні покупців

уміння складати заявку, інші документи щодо організації управління лояльністю клієнтів  
уміння обґрунтувати необхідність створення маркетингового управління лояльністю клієнтів роздрібних торговельних підприємств

уміння використовувати показники підвищення споживчої лояльності як фактора формування інноваційного середовища роздрібно-торговельного підприємства

### **4 Зміст дисципліни розкривається в темах:**

#### **Змістовий модуль 1. Теоретичні основи управління лояльністю споживачів**

Тема 1. Загальні поняття теорії управління лояльністю споживачів

Тема 2. Сутність та типи лояльності споживачів. Моделювання поведінки споживачів

Тема 3. Класифікація та параметри лояльності споживачів

Тема 4. Концепція холістичного (цілісного) маркетингу, маркетингу відносин

**Змістовий модуль 2. Процес управління лояльністю споживачів**

Тема 5. Управління залученням споживачів

Тема 6. Особливості маркетингового управління лояльністю клієнтів роздрібних торговельних підприємств

Тема 7. Шляхи підвищення споживчої лояльності як фактора формування інноваційного середовища роздрібно-торговельного підприємства

**5 Викладацький склад:** к.е.н., доцент Барабанова В.В.