

**АНОТАЦІЯ ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ»**  
**Вибіркова навчальна дисципліна**

Рівень вищої освіти  
Спеціальність  
Освітня програма

Перший (бакалаврський) рівень  
075 Маркетинг  
Маркетинг і реклама

Викладач дисципліни: к.е.н., доцент Богачова А.В.

Мета освоєння дисципліни «Управління лояльністю споживачів» - сформулювати знання і навички в галузі управління лояльністю споживачів організацій різної галузевої приналежності.

Дисципліна «Управління лояльністю споживачів» є дисципліною за вибором, в якій розкриваються еволюція, принципи і основні інструменти управління взаємовідносинами зі споживачами як найважливішого елементу концепції маркетингу відносин.

В результаті проходження курсу студент:

- вчиться визначати пріоритетних клієнтів;
- розробляє політику утримання клієнтів;
- дізнається способи оцінки задоволеності клієнтів;
- вимірює показники утримання клієнтів і їх лояльності;
- розраховує економічний ефект від програми утримання лояльних споживачів;
- дізнається, як розробити і реалізувати програму утримання постійних клієнтів.

У рамках цієї вибіркової дисципліни студенти будуть вивчати стратегічні аспекти управління лояльністю, включаючи розробку програм лояльності, персоналізацію послуг для клієнтів, аналіз даних та використання CRM-систем для ефективного управління взаємовідносинами з клієнтами. Вони також ознайомляться зі стратегіями утримання клієнтів, такими як пропозиції для постійних клієнтів, віртуальні та фізичні програми винагород та інші інструменти для стимулювання лояльності.

Студенти будуть аналізувати потреби та очікування клієнтів, виявляти фактори, що впливають на лояльність, та розробляти стратегії забезпечення задоволення клієнтів. Вони досліджуватимуть технологічні інновації, такі як програми лояльності на основі мобільних додатків та використання соціальних медіа для залучення та утримання клієнтів.