



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг відносин»

Ступінь вищої освіти: *Магістр*

Спеціальність: *075 Маркетинг*

Освітньо-професійна програма: *Маркетинг*

Викладач: *Лозовська Ганна Миколаївна, к.е.н., доцент*

Кафедра: *Маркетингу, підприємництва і торгівлі*

Профайл викладача:

Контактна інформація:

тел: 048-7121164

e-mail: aniko85@ukr.net

1. Загальна інформація

Тип дисципліни – *вибіркова*

Мова викладання – *українська*

Денна форма навчання:

Навчальна дисципліна викладається на 1 курсі у 2 семестрі денної і заочної форми навчання

Кількість кредитів ECTS- 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	34	16	18
заочна	16	8	8
Самостійна робота, годин	Денна - 86		Заочна-104

Розклад занять

2. Анотація навчальної дисципліни

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин, коли розвиток і підтримка довгострокових, надійних зв'язків з індивідуальними споживачами, постачальниками та іншими партнерами по бізнесу стає пріоритетним напрямком розвитку підприємства, вірно побудована маркетингова система взаємодії стає ключовою конкурентною перевагою підприємства.

Доцільність побудови довготривалих взаємозв'язків між підприємством та покупцем, а саме реалізація клієнтоорієнтованих стратегій в рамках маркетингу відносин може бути розкрита, на наш погляд, наступними перевагами:

- збільшення кількості повторних покупок;
- зниження втрати покупців за рахунок незадоволеності;
- залучення нових покупців;
- підвищення продуктивності;
- прискорення виводу нових продуктів і зниження ризиків.

Мета дисципліни – формування теоретичних знань з маркетингу відносин, оволодіння практичними навичками застосування інструментарію маркетингу відносин в управлінській практиці.

Міждисциплінарні зв'язки: «Маркетинг», «Маркетинг послуг», «Маркетинговий менеджмент».

3. Мета навчальної дисципліни

Мета дисципліни – формування теоретичних знань з маркетингу відносин, оволодіння практичними навичками застосування інструментарію маркетингу відносин в управлінській практиці.

Завданнями дисципліни є формування:

- системи знань та навичок щодо теоретико-методичних основ маркетингу відносин, принципів і парадигми відносин;
- сутності управлінських відносин в організації;

- управління скаргами та процесом перемовин;
- формування споживчої лояльності;
- процесу впровадження маркетингу відносин на підприємстві.

4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною

5. Зміст навчальної дисципліни

6. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий – диф. залік.

Нарахування балів

Інформаційні ресурси

7. Політика навчальної дисципліни

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), «[Кодекс академічної доброчесності одеського національного технологічного університету](#)» та «[Положення про організацію освітнього процесу](#)».

Викладач

 підпис

Ганна ЛОЗОВСЬКА

Завідувач кафедри _____
 підпис

Володимир ЛАГОДІЄНКО