

Назва дисципліни		МАРКЕТИНГ ВІДНОСИН			
Рівень вищої освіти		Другий (магістерський) рівень			
Назва спеціальності		Маркетинг			
Назва спеціалізації					
Форма навчання		денна			
Кафедра, що забезпечує		Маркетинг			
курс	1	семестр	9	Викладач	Окландер М.А.
А	Мета і задачі дисципліни				
	<p>Формування сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері маркетингу відносин, вироблення вмінь та навичок в області побудови ефективної системи взаємодії на підприємстві.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетинг відносин» є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вивчення сутності та принципів маркетингу відносин; - оволодіння інструментами управління відносинами «службовець - клієнт»; - вивчення внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на поведінку споживачів; - набуття навичок виявлення та оцінки мотиваційних чинників поведінки і задоволеності споживачів; - набуття навичок ефективного проведення переговорів. - вивчення принципів клієнт орієнтованого мислення, пошуку й прийняття відповідних рішень. 				
В	Тематика дисципліни				
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретичні основи концепції маркетингу взаємин 2. Внутрішній маркетинг 3. Інструменти маркетингу відносин 4. Задоволеність клієнтів в маркетингу взаємин 5. Відносини «Службовець - клієнт» 6. Відносини «адміністрація – персонал» 7. Переговорний процес 8. Особливості маркетингу взаємовідносин в Україні 				
С	Стиль та методика навчання				
Організаційно-методичні форми вивчення	Лекційні заняття, практичні заняття.				
Форми контролю	Модульні контрольні роботи, індивідуальні завдання, залік				
Д	Компетентності				
	<p>ЗК4. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності, застосування методів наукового пізнання.</p> <p>СК10. Здатність управляти проектами в сфері маркетингової діяльності.</p>				
Е	Основні результати навчання				
	<p>РН1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>РН6. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів.</p> <p>РН10. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій.</p> <p>РН15. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p>				

