

Назва освітнього компонента	Управління лояльністю споживачів
Факультет	Факультет економіки, підприємництва та інформаційних технологій
Кафедра	Маркетингу
ПБ НПП або ПП, науковий ступінь, вчене звання (за наявності)	
Рівень (рівні) вищої освіти	другий (магістерський)
Загальний обсяг освітнього компонента	3 кредити ЄКТС / 90 годин
Семестр (семестри) вивчення	2
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Форми здобуття освіти та розподіл годин	Денна: лекції – 12 годин; практичні/семінарські/лабораторні – 12 годин; самостійна робота – 66 годин. Заочна: лекції – 6 годин; практичні/семінарські/лабораторні – 6 годин; самостійна робота – 78 годин. Дистанційна/дуальна (за наявності): дистанційна форма: лекції – 4 години; практичні/семінарські/лабораторні – 4 години; асинхронні заняття – 4 години; самостійна робота – 78 годин.
Коротка анотація та мета	Освітній компонент охоплює поняття та види лояльності, взаємозв'язок лояльності й задоволеності, значення споживчої лояльності, модель свідомості споживача, розвиток концепції споживчої лояльності, зарубіжний досвід, сучасні підходи до дослідження та вимірювання лояльності, а також управління лояльністю до бренду. Мета – формування у здобувачів вищої освіти сучасної системи поглядів та спеціальних знань з поведінки споживачів, набуття практичних навичок щодо вироблення, розвитку та збагачення прийомів і методів управління лояльністю споживачів.
Компетентності та/або результати навчання, що формуються або поглиблюються	Компетентності: • Навички міжособистісної взаємодії. • Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. • Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. Результати навчання: • Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. • Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. • Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
Пререквізити / рекомендований рівень підготовки	Стратегічне управління маркетингом
Мінімальна та максимальна чисельність групи	-