

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Управление клиентским опытом в цифровой среде**

### **Авторы:**

доцент кафедры маркетинга и рекламы, канд. техн. наук Н.Б. Сафронова

### **Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.04.02 Менеджмент, «Цифровая трансформация в бизнесе»

### **Квалификация (степень) выпускника:**

Магистр

### **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать способность оценивать положение организации на рынке, используя методы конкурентного анализа;

### **План курса**

#### **Тема 1. Видение, миссия и стратегические цели компании. Роль клиентоцентричного маркетинга в управлении компанией.**

Стратегия: понятия и термины. Роль стратегии в управлении социально-экономическими системами. Стратегическое планирование. Стратегия: «5П» по Г. Минцбергу. Стратегический маркетинг как функция управления. Природа и источники конкурентного преимущества. Стратегический выбор. Стратегический маркетинговый процесс: основные этапы. Иерархия стратегий в организации. Методические основы формирования стратегических целей организации. Виды целей и их приоритетность. SMART - принцип. Взаимосвязь стратегических целей. Стратегические карты.

#### **Тема 2. Стратегический анализ внешней и внутренней цифровой среды.**

Цели, задачи, направления и этапы стратегического анализа внешней и внутренней среды компании.

Стратегический анализ макросреды и окружения. Факторы внешней среды: социально-демографический, технологический, экономический, экологический, политический, правовой и этнические. Динамика и неопределенность факторов, и их влияние на деятельность организации. Инструменты анализа. Концепции маркетинга, ориентированные на создание ценности. Цепочки и сети ценностей: ценности, создаваемые компанией и ее партнерами. Модель Портера: анализ издержек и ценности. Сильные и слабые стороны компании. SNW-анализ. Методика SWOT-анализа. GAP-анализ.

#### **Тема 3. Анализ точек контакта клиента в цифровой и омниканальной средах.**

Суть и метод портфельного анализа. Выбор критериев. Теоретические положения методик портфельного анализа. Классификация моделей портфельного анализа. Методика применения и особенности матрицы БКГ, матрицы GE/McKinsey, матрицы ADL/LC.

#### **Тема 4. Стратегический выбор. Разработка стратегии управления клиентским опытом в цифровой среде.**

Стратегический выбор: набор альтернатив, критерии оценки и выбора. Матрица Ансоффа. Принципы и методические основы формирования стратегии. Согласование и взаимосвязь стратегий корпоративного уровня со стратегиями уровня бизнес-единиц и маркетинговыми стратегиями.

#### **Тема 5. Реализация стратегии управления клиентским опытом в цифровой среде.**

Организация реализации стратегии: основные этапы реализации маркетинговой стратегии. Проблема разрыва между заявленной стратегией и результатами. Инструменты обеспечения единства стратегической и операционной деятельности. Оценка достижения

стратегических целей. Показатели как индикаторы достижения стратегических целей. Опережающие и запаздывающие показатели. Концепции сбалансированных показателей (Balanced Score-Card) и ключевых показателей эффективности. Преобразование организационной культуры. Стратегический контроль.

### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации**

В ходе реализации дисциплины Б1.В.05 «Управление клиентским опытом в цифровой среде» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:  
при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);
- при проведении занятий семинарского типа:  
эссе, диспут, дискуссия;
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:  
вопросы для самопроверки.

**Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): экзамен в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.**

#### **.Основная литература.**

1. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/10511>
2. Ким С.А. Маркетинг. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/24795>
3. Алексеев А.А. ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. Юрайт, 2015. [http://www.biblio-online.ru/thematic/?13&id=urait.content.F6FA3060-3FCA-41A9-A3E3-1D5CCA9669F8&type=c\\_pub](http://www.biblio-online.ru/thematic/?13&id=urait.content.F6FA3060-3FCA-41A9-A3E3-1D5CCA9669F8&type=c_pub)