

## عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 2.1

اسم المادة: إدارة علاقات العملاء

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

### أهداف التعليم:

- الهدف الاساسي هو تلقين الطالب المفاهيم والأسس التي تقوم عليها إدارة العلاقة مع الزبائن والتوسع في فهم الأنشطة والأعمال المرتبطة بها وفي نهاية البرنامج سيتمكن الطالب من:
- اكتساب القدرات والكفاءات والمهارات في هذا المجال
  - فهم كيف يمكن لإدارة العلاقة مع الزبائن أن تطور من الأداء المؤسسي وتؤدي إلى التفوق التنافسي وبالتالي كسب ثقة وولاء الزبائن للمؤسسة ،
  - تعرف الطالب على المكونات الأساسية التي تقوم عليها إدارة العلاقة مع الزبائن وكيفية المزج بينها وصولا على أحسن مزيج.
  - تبيان الدور والأهمية الكبيرة لإدارة العلاقة مع الزبائن في حياة المؤسسة.
  - الوقوف على الحالات العملية للمؤسسات الرائدة في هذا المجال

### المعارف المسبقة المطلوبة:

يتوجب على الطالب أن يكون ملما بمبادئ التسويق - اقتصاد المؤسسة - تسيير المؤسسات - مدخل لإدارة الأعمال.

### محتوى المادة:

- المحور الأول: مدخل إلى التسويق بالعلاقة
- المحور الثاني: مدخل إلى إدارة العلاقة مع الزبائن

المحور الثالث: الأدوات التحليلية لإدارة العلاقة مع الزبائن (قاعدة البيانات التسويقية Data base Marketing)

المحور الرابع: معرفة وتقييم الزبون

المحور الخامس: قنوات التفاعل مع الزبون Interaction channels

المحور السادس: الأدوات العملية لإدارة العلاقة مع الزبائن

المحور السابع: معايير تقييم أداء إدارة العلاقة مع الزبون

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. حسين وليد عباس وأحمد محمود الجنابي، إدارة علاقات الزبائن، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2017.
2. درمان سليمان صادق، التسويق المعرفي المبني على إدارة علاقات ومعرفة الزبون التسويقية، عمان، الأردن، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع 2012 .
3. يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، عمان، الأردن مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع 2009.
4. فارس محمد النقشبندي، نزار عبد المجيد، التسويق المبني على المعرفة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2003
5. Laurence Chabry Florence Gillet-Goinard Raphaëlle Jourdan, La boîte à outils du Management de la relation client, 2ème Editions Dunod, 2017
6. Rogen Baran, Christopher Zeres Michael Zeres, Customer Relationship Management, 2014
7. Francis Buttle, Customer Relationship Management Concepts and Technologies, 2ème Editions, 2009