

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 2.1

اسم المادة: إدارة علاقات العملاء الالكترونية E-CRM

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- المساعدة في الكشف عن العملاء المحتملين وتلبية الاستفسارات وإدارة المشكلات؛
- التمكن من استخدام قاعدة بيانات متكاملة لتقديم استجابات متسقة ومحسنة للعملاء؛

المعارف المسبقة المطلوبة :

يتوجب على الطالب أن يكون ملماً بأساسيات التسويق الرقمي وسلوكيات الشراء للمستهلك الرقمي.

محتوى المادة:

- قضايا رئيسية في إدارة علاقات العملاء وتطور مفهوم CRM
- مبادئ إدارة علاقات العملاء CRM
- برامج لتشغيل تطبيقات CRM
- مفاهيم رئيسية حول إدارة علاقات العملاء الإلكترونية E-CRM
- تكنولوجيا المعلومات وإدارة علاقات العملاء E-CRM
- أوجه الاختلاف بين CRM و E-CRM
- قيمة العميل ضمن إدارة علاقات العملاء E-CRM
- مبادئ أساسية في إدارة علاقات العملاء E-CRM
- برامج لتشغيل تطبيقات E-CRM
- تحليل بيانات E-CRM

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

المراجع:

- Gerardus Blokdyk , Electronic Customer Relationship Management E-CRM A Complete Guide 5 ,2019STARCook.
- Atul Parvatiyar ,G. Shainesh ,(2001),Customer relationship management: Emerging concepts, tools, and applications Hardcover, Tata McGraw-Hill Pub. Co, London.
- Christian Uwagwuna ,(2011) The IBM Model of Electronic Customer Relationship Management Industry Report, GRIN Verlag.
- Jerry Fjermestad ,Nicholas C Robertson J ,(2003) Electronic Customer Relationship Management, Kogan Page ,
- Julie Jacko (2003),Constantine Stephanidis , Human-Computer Interaction: Theory and Practice, 1st edition , CRC Press
- Mahesh S. Raisinghani ,(2003) ,Business Intelligence in the Digital Economy: Opportunities, Limitations and Risks, Idea Group , London/
- Neil Woodcock ,Merlin Stone ,Bryan Foss ,(2003) ,The Customer Management Scorecard: Managing CRM for Profit Hardcover – Download: Adobe Reader, Kogan Page.