

عنوان الماستر: إدارة إلكترونية
السداسي: الثاني
اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية
اسم المادة: إدارة علاقات العملاء الإلكترونية (Management électronique de la relation client)
الرصيد: 5
المعامل: 2
نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:
تهدف هذه المادة التعليمية لتعريف الطالب بأهمية إنشاء علاقات بين المؤسسة وعملائها والمحافظة عليهم، وإبراز مساهمة إدارة علاقات العملاء الإلكترونية في تحقيق ذلك.

المعارف المسبقة المطلوبة:
معارف أساسية في التسويق والإدارة الإلكترونية.

محتوى المادة:
تتمثل محاور هذه المادة التعليمية فيما يلي:

1. نشأة العلاقة مع العميل.
2. مفهوم إدارة علاقات العملاء.
3. التوجه نحو إدارة علاقات العملاء الإلكترونية.
4. إدارة علاقات العملاء الاجتماعية SCRM.
5. إدارة علاقات العملاء عبر الهاتف المحمول MCRM.
6. خطوات إدارة علاقات العملاء الإلكترونية.
7. إدارة بيانات العملاء.
8. آلية عمل المجال التحليلي وتكوين معرفة العميل.
9. مساهمة إدارة علاقات العملاء الإلكترونية في كسب ولائهم.
10. عوامل فشل ونجاح إدارة علاقات العملاء الإلكترونية.

طريقة التقييم:
- مراقبة مستمرة 40%
- امتحان 60%

المراجع:
- حليم سلطان الطائي يوسف، دباس العبيدي هاشم فوزي، إدارة علاقات الزبائن، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

- CHAFFEY Dave, Ellis-Chadwick, Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Sixth Edition, Pearson Education Limited, United Kingdom, 2016.**
- KUMAR.V, REINARTZ Werner, Customer Relationship Management, Third Edition, Springer-Verlag, Berlin, 2018.**
- PEELEN Ed, BELTMAN Rob, Customer Relationship Management, Pearson Education, New York, 2015.**