

الأهداف:

- تعرف الطالب على مفاهيم إدارة العلاقة مع الزبائن
- يتعرف الطالب على استراتيجيات البيع
- يحدد الإجراءات العملية لتحسين برامج الوفاء لدى الزبائن
- برنامج المحاضرات النظرية:**
- الإطار المفاهيمي للإدارة العلاقات مع الزبائن
- مكونات إدارة العلاقة مع الزبائن
- أبعاد إدارة العلاقة مع الزبائن
- إدارة معرفة الزبون
- أنواع أنظمة إدارة علاقات الزبائن
- دراسات حالة لأثر إدارة العلاقات مع الزبائن طبيعة المنظمات التي يمكنها تنفيذ إدارة علاقات الزبائن
- التقييم : مراقبة المعارف و الترتيبات

الترجيح	المراقبة
60%	الامتحان النهائي
..... %	الأعمال الموجهة
..... %	الحضور و المشاركة
..... %	الأعمال التطبيقية
20 %	الامتحانات الفجائية
..... %	مشاريع الدروس
20 %	البحوث
..... %	الفروض المنزلية
..... %	الخرجات الميدانية
..... %	أخرى (حدد)
100 %	المجموع

المراجع البيبليوغرافية:

- يوسف حجي، سلطان الطائي، هاشم فوزي، دباس العبادي: إدارة علاقات الزبون، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن
- Alard Pierre, Dirringer Damier: (2000), La Stratégie de la relation client, édition Dunod, Paris.
- Alard Pierre, Guggémos Pierre Arnaud: (2005), CRM: les clés de la réussite, édition d'organisation, Paris.
- Kostojohn, S., Paulen, B., & Johnson, M. (2011). CRM fundamentals. Apress.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). Customer relationship management. Springer-Verlag GmbH Germany, part of Springer Nature 2006, 2012, 2018.

التاريخ و توقيع مسؤول المادة

2024/10/06

