

SYLLABUS منهاج المادة التعليمية

Intitulé de la Matière d'enseignement اسم المادة التعليمية

الميدان : العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية (D06). الشعبة : العلوم التجارية

التخصص : تسويق مصرفي

السنة الجامعية : 2019 /2018

السداسي : الثاني

التعرف على المادة التعليمية

العنوان : إدارة علاقات الزبائن

وحدة التعليم : أساسية

عدد الأرصة : 6 المعامل : 3

الحجم الساعي الأسبوعي : ثلاثة (03) ساعات

المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.30 سا

أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) : 3.00 سا

أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) : /

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : محمد يزيد كحول ، أستاذ محاضر (أ).

تحديد موقع المكتب (مدخل ، مكتب) : رقم (43)

البريد الإلكتروني : kahoulyazid@hotmail.fr

رقم الهاتف : /

توقيت الدرس ومكانه : يوم الأحد (09.30 – 11.00) بالقاعة رقم (06) قسم الترجمة.

(12.30 – 14.00) بالمدرج رقم (4).

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis) :

يفترض أن يتحكم الطلبة في أساسيات التسويق بصفة عامة وفي تقنيات الإتصال بصفة خاصة.

الهدف العام للمادة التعليمية :

فهم أساسيات التسويق بالعلاقات والتحكم في أساليب وأدوات إدارة علاقات الزبائن (CRM).

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها) : (من 3 الى 6 أهداف مع التركيز فقط على الأهداف التي يتم تقييمها)

- التعرف على التسويق بالعلاقات؛

- التعرف على إدارة علاقات الزبائن (CRM)؛

- التحكم في تقنيات إدارة علاقات الزبائن (CRM).

محتوى المادة التعليمية

I. الإطار النظري لمفهوم التسويق بالعلاقات:

(1) نشأة التسويق بالعلاقات؛ (2) مفهوم التسويق بالعلاقات؛ (3) أهمية وأهداف التسويق بالعلاقات؛ (4) الأبعاد الأساسية للتسويق بالعلاقات: الجودة، التسويق الداخلي، إدارة شكاوي الزبائن، التسويق المباشر.

II. إدارة علاقات الزبائن (CRM):

(1) تعريف إدارة علاقات الزبائن؛ (2) خصائص (CRM)؛ (3) أهداف وأهمية (CRM)؛ (4) أسس بناء العلاقة مع الزبائن؛ (5) تقنيات إدارة علاقات الزبائن التحليلية (CRM Analytique): الدراسات السوقية، إدارة البيانات، التجزئة السوقية، تقييم العلاقة بين الشركة والزبون؛ (6) تقنيات إدارة علاقات الزبائن التشغيلية (CRM Opérationnel): عمليات الاتصال مع الزبائن؛ (7) التكامل والتناسق بين التقنيات التحليلية والتشغيلية لنظام إدارة علاقات الزبائن.

طرق التقييم

طبيعة الامتحان	العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
امتحان	20	50 %
امتحان جزئي		
أعمال موجهة	10	30 %
أعمال تطبيقية		
المشروع الفردي	04	7.50 %
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)		
استجواب (Quiz)	06	12.50 %
المواظبة (الحضور / الغياب)		
عناصر أخرى (يتم تحديدها)		
المجموع	40	100 %

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
Gestion de la relation client	Frédéric Jallat	3édition, Pearson, 2011

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

عنوان المرجع الأول	المؤلف	دار النشر و السنة
التسويق بالعلاقات	منى شفيق	المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2005.
عنوان المرجع الثاني	المؤلف	دار النشر و السنة
إدارة علاقات الزبون	سلطان الطائي، دباس العبادي	مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2009.

المخطط الزمني المرتقب

الأسبوع	محتوى الدرس	التاريخ
الأسبوع الأول	مدخل للمقياس + منهجية البحث العلمي	2019/01/27
الأسبوع الثاني	مدخل إلى التسويق بالعلاقات	2019/02/03
الأسبوع الثالث	نشأة التسويق بالعلاقات + مفهوم التسويق بالعلاقات	2019/02/10
الأسبوع الرابع	أهمية وأهداف التسويق بالعلاقات + الأبعاد الأساسية للتسويق بالعلاقات: الجودة.	2019/02/17
الأسبوع الخامس	الأبعاد الأساسية للتسويق بالعلاقات: التسويق الداخلي + إدارة شكاوي الزبائن.	2019/02/24
الأسبوع السادس	الأبعاد الأساسية للتسويق بالعلاقات: التسويق المباشر	2019/03/03
الأسبوع السابع	تعريف، خصائص، أهداف وأهمية إدارة علاقات الزبائن (CRM)	2019/04/10
الأسبوع الثامن	أسس بناء العلاقة مع الزبائن + تقنيات إدارة علاقات الزبائن التحليلية: الدراسات السوقية.	2019/04/17
الأسبوع التاسع	إدارة البيانات.	2019/04/07
الأسبوع العاشر	التجزئة السوقية، تقييم العلاقة بين الشركة والزبون.	2019/04/14
الأسبوع الحادي عشر	تقنيات إدارة علاقات الزبائن التشغيلية: عمليات الاتصال مع الزبائن.	2019/05/21
الأسبوع الثاني عشر	الامتحان الجزئي	2019/05/28
الأسبوع الثالث عشر	التكامل والتناسق بين التقنيات التحليلية والتشغيلية لنظام إدارة علاقات الزبائن.	2019/05/05
الأسبوع الرابع عشر	امتحان نهاية السداسي	2019/05/12
	الامتحان الاستدراكي	/

أستاذة) الأعمال الموجهة :

د. كحول محمد يزيد

الأستاذة) المحاضر(ة) :

د. كحول محمد يزيد

نحن طلبة من السنة شعبة تخصص، نشهد أننا اطلعنا على
منهاج مادة "....." و على كيفية التقييم، و فيما يلي إمضاءاتنا على ذلك :

الإمضاء	الإسم	اللقب	
			01
			02
			03
			04
			05
			06
			07
			08
			09
			10
			11
			12
			13
			14
			15
			16
			17
			18
			19
			20
			21
			22
			23
			24
			25
			26
			27
			28
			29
			30