

دليل المادة التعليمية Syllabus			
اسم المادة: إدارة علاقات العملاء			
الميدان	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	الفرع	علوم تجارية
التخصص	تسويق	المستوى	أولى ماستر
السداسي	الثاني	السنة الجامعية	2024-2023
التعرف على المادة التعليمية			
اسم المادة	ادارة علاقات العملاء	وحدة التعليم	أساسية
عدد الأرصدة	04	المعامل	02
الحجم الساعي الأسبوعي	1 ساعة ونصف	المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع)	1 سا و 30د
أعمال م/تط (عدد الساعات في الأسبوع)	3 ساعات	أعمال م/ت (عدد الساعات في الأسبوع)	1 سا و 30د
مسؤول المادة التعليمية			
الاسم، اللقب	اميرة معايش	الرتبة	أستاذة مساعدة قسم ب
تحديد موقع المكتب	رقم 21	البريد الالكتروني	a.maiche@centre-univ-mila.dz
رقم الهاتف	/	توقيت الدرس ومكانه	- بالنسبة للمحاضرات: يوم الخميس في القاعة الكبرى رقم 05 من 8 سا-----9 سا و 30د. - بالنسبة للأعمال الموجهة : يوم الخميس في القاعتين 08 و 07 ف 02: من 11 سا-12 سا و 30د ف 01: من 12 سا و 30د -14 سا
وصف المادة التعليمية			
المكتسبات	يجب على الطالب ان يكون مكتسب لمعارف سابقة تتعلق بأساسيات التسويق 01 و 02. اقتصاد مؤسسة. تسيير المؤسسات. ومدخل لإدارة الاعمال		

تهدف هذه المادة الى تمكين الطالب من اكتساب القدرات والكفاءات والمهارات في مجال التسويق بالعلاقات. وكذا فهم كيف يمكن لإدارة العلاقة مع الزبائن ان تطور من الأداء المؤسسي وتؤدي الى التفوق التنافسي وبالتالي كسب ثقة وولاء زبائن المؤسسة. مصطلح إدارة علاقات الزبائن هو احياء كافي لكون العملية التسويقية الحديثة لم تعد تغطي عليها صفة الصفقة بين المؤسسة والزبون فقط. انما هناك متغير اخر جد مهم يتمثل في علاقة الطرفين في ظل هذه الصفقة و هو العلاقة والذي اكتسب مكانة بالغة الأهمية لدى اطراف المعادلة التسويقية الحديثة لاسيما الزبون.	الهدف العام للمادة التعليمية
- التعرف على مختلف المفاهيم النظرية والتطبيقية الخاصة بالتسويق بالعلاقات عامة وإدارة العلاقة مع العملاء خاصة. - التحكم في الأدوات التحليلية لإدارة العلاقة مع الزبائن. - التعرف على الزبون وكيفية التعامل معه وتقييمه. - التعرف على جميع الأدوات العملية تقليدية كانت او تكنولوجية لإدارة العلاقة مع الزبائن. - التطرق لمختلف المعايير المتعلقة بتقييم أداء إدارة العلاقة مع الزبائن. - مدى مساهمة إدارة العلاقة مع الزبائن في التطوير من الأداء المؤسسي والتفوق التنافسي وبالتالي كسب ثقة وولاء زبائن المؤسسة.	أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها)
محتوى المادة التعليمية	
مدخل الى التسويق بالعلاقة	المحور الأول
مدخل الى إدارة العلاقة مع الزبائن	المحور الثاني
الأدوات التحليلية لإدارة العلاقة مع الزبائن (Data Base Marketing)	المحور الثالث
معرفة وتقييم الزبون	المحور الرابع
قنوات التفاعل مع الزبون (Interaction Channels)	المحور الخامس
الأدوات العملية لإدارة العلاقة مع الزبائن	المحور السادس
معايير تقييم أداء إدارة العلاقة مع الزبون	المحور السابع
/	المحور الثامن
/	المحور التاسع
/	المحور العاشر
طريقة التقييم	
الوزن النسبي للتقييم	العلامة
وزن المحاضرة 60 % 60 %	20/20 امتحان
30 % 40 %	20 05 امتحان جزئي

أعمال موجهة (البحث : إعداد/إلقاء)	07	وزن الأعمال	30%
أعمال تطبيقية	/	الموجهة	-
المشروع الفردي	/	والتطبيقية	5%
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)	/		-
خرجات ميدانية			-
المواظبة (الحضور/ الغياب)	06		30%
عناصر أخرى (المشاركة)	02		5%
تدرس المادة في شكل محاضرات وأعمال موجهة/تطبيقية وطبيعة تقييمها امتحان ومراقبة مستمرة يقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للمحاضرة والأعمال الموجهة:			
نقطة المحاضرة * 0.6 + نقطة الأعمال الموجهة/التطبيقية * 0.4 =		معدل المادة	
$= (Note\ Ex * 0.6) + (Note\ Td * 0.4)$		Moy.M	
المصادر والمراجع			
المرجع الأساسي الموصى به :			
عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر والسنة	
إدارة علاقات الزبائن	حسين وليد عباس واحمد محمود الجنابي	دار الصفاء للنشر والتوزيع سنة 2017	
التسويق المعرفي المبني على إدارة علاقات ومعرفة الزبون التسويقية	درمان سليمان صادق	دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و لتوزيع سنة 2012	
التسويق المبني على المعرفة	فارس محمد النقشبندى	مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع سنة 2003	
مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):			
1. Laurence Chabry Florence Gillet-Goinard Raphaëlle Jourdan, La Boite à outils du Management de la relation client, 2éme Editions Dunod,2017. 2. Rogen Baran, Christopher Zerres Michael Zerres, Customer Relationship Management,2014. 3. 3.Francis Buttle, Customer Relationship Management Concepts and Technologies,2éme Editions ,2009.			
مصادقات الهيئات الإدارية والبيداغوجية			
رئيس القسم	مسؤول الميدان أو الفرع أو التخصص (حسب المستوى)	الأستاذ مسؤول المادة	نائب العميد الملحق بالبيداغوجيا أو مدير الدراسات
ملاحظة هامة: بعد المصادقة على دليل المادة في بداية كل سداسي يتم نشره على الموقع الرسمي للمؤسسة الجامعية			