

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

السنة الجامعية : 2025 /2024

السداسي : الثاني

التعرف على المادة التعليمية

العنوان : إدارة علاقات العملاء

وحدة التعليم : أساسية

عدد الأرصدة : 4 المعامل : 2

الحجم الساعي الأسبوعي : 04h30

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 : الخميس: محاضرة على الساعة 11h00: ق 109.

الثلاثاء: أعمال موجهة 11h00-8h00: الفوج 1: ق T2 و الفوج 2: ق T1 .

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 العملاء (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 العملاء (CRM)؛

- التحكم في تقنيات إدارة علاقات العملاء (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 العملاء، التسويق المباشر.

II. إدارة علاقات العملاء (CRM):

1. مدخل إلى التسويق بالعلاقات.
2. مدخل إلى إدارة العلاقة مع العملاء.
3. الأدوات التحليلية لإدارة العلاقة مع العملاء قاعدة البيانات التسويقية.
4. معرفة و تقييم العميل.
5. قنوات التفاعل مع العملاء.
6. الأدوات العملية لإدارة العلاقة مع العملاء.
7. معايير تقييم أداء إدارة العلاقة مع العملاء.

طرق التقييم

طبيعة الامتحان	العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
امتحان	20	% 50
امتحان جزئي		
أعمال موجهة	14	% 35
أعمال تطبيقية		
المشروع الفردي		
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)		
استجواب (Quiz)		
المواضبة (الحضور / الغياب)		
عناصر أخرى (المشاركة)	6	% 15
المجموع	40	100%

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
Gestion de la relation client	Frédéric Jallat, Eric Stevens, Ed Peelen, Pierre Volle	5 ^{eme} édition, Pearson, 2018

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

التاريخ	محتوى الدرس	الأسبوع
	نشأة وتطور المفهوم التسويقي	الأسبوع الأول
	مفهوم وتعريف التسويق بالعلاقات	الأسبوع الثاني
	أوجه الاختلاف بين التسويق التقليدي والتسويق بالعلاقات + الأبعاد الأساسية للتسويق بالعلاقات: الجودة.	الأسبوع الثالث
	الأبعاد الأساسية للتسويق بالعلاقات: التسويق الداخلي + إدارة شكاوي العملاء + التسويق المباشر	الأسبوع الرابع
	تعريف، خصائص، أهداف وأهمية إدارة علاقات العملاء	الأسبوع الخامس
	العوامل المؤثرة في نجاح تطبيق CRM إدارة علاقات العملاء التحليلية: (1) التعرف على الزبائن	الأسبوع السادس
	إدارة علاقات العملاء التحليلية: (2) إدارة البيانات.	الأسبوع السابع
	إدارة علاقات العملاء التحليلية: (3) التمييز بين الزبائن.	الأسبوع الثامن
	إدارة علاقات العملاء التحليلية: (4) تقييم العميل والعلاقة. إدارة علاقات العملاء التشغيلية: قنوات التفاعل مع العملاء	الأسبوع التاسع
	الأدوات العملية لإدارة العلاقة مع العملاء	الأسبوع العاشر
	معايير تقييم أداء إدارة العلاقة مع العملاء (محاضرة 1)	الأسبوع الحادي عشر
	معايير تقييم أداء إدارة العلاقة مع العملاء (محاضرة 2)	الأسبوع الثاني عشر
	امتحان نهاية السداسي	

أستاذ الأعمال الموجهة:

د. كحول محمد يزيد

الأستاذ المحاضر:

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