**بحوث في مادة: إدارة علاقات العملاء (CRM)**

**ماستر 1: تسويق**

1. الإطار النظري للتسويق بالعلاقات وإدارة علاقات العملاء.
2. جودة الخدمة وأثرها على ولاء العملاء.
3. التسويق الداخلي وأثره على ولاء العملاء.
4. إدارة شكاوي العملاء ودورها في تعزيز ولاء العميل.
5. *العناصر الأساسية لبناء علاقات مربحة مع العملاء*: رضا العميل، قيمة وربحية العميل وتصميم برنامج الولاء.
6. إدارة معرفة العملاء وتقييم العلاقة معهم: معايير ومؤشرات تقييم أداء إدارة العلاقة مع العملاء.
7. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء.
8. دور مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع البحث في تنمية العلاقة مع العملاء.
9. دور إدارة علاقات الزبائن الإلكترونية (E-CRM) في تحقيق ولاء العملاء.
10. تحليل استراتيجيات إدارة علاقات العملاء في قطاع التجارة الإلكترونية.
11. تأثير برامج الولاء المدعومة بتقنيات إدارة علاقات العملاء على رضا وولاء العملاء.
12. الأدوات العملية لإدارة العلاقة مع العملاء: أتمتة التسويق، أتمتة المبيعات، برامج خدمة العملاء أشهر الأدوات العملية.
13. دور الذكاء الصناعي في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء.