《 客户关系管理 》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | （中文）客户关系管理 | | | | | |
| （英文）Customer Relationship Management | | | | | |
| 课程代码 | 2120058 | 课程学分 | | 2 | | |
| 课程学时 | 32 | 理论学时 | 24 | 实践学时 | | 8 |
| 开课学院 | 珠宝学院 | 适用专业与年级 | | 工商管理（奢侈品管理）本科三年级 | | |
| 课程类别与性质 | 专业必修课 | 考核方式 | | 考查课 | | |
| 选用教材 | 客户关系管理，丁秋林、力士奇，ISBN 9787302050759,清华大学出版社出版社，2012年第1版 | | | 是否为  马工程教材 | | 否 |
| 先修课程 | 经济学（双语）2060533、管理学（双语）2120052 | | | | | |
| 课程简介 | 《客户关系管理》是工商管理、市场营销、电子商务等经济管理专业一门新兴的、重要的专业核心课程。本课程的突出特点体现在基础知识涉及领域广泛、文理交叉、具体内容跨度大以及多学科间的相互渗透。该课程是基于将先进的管理理念、创新的商务管理机制有机结合起来并通过现代信息技术平台支持来完成实现过程的一门新兴综合性边缘学科。本课程教学的目的是为了使学生掌握客户关系管理的基本概念、原理和应用，确立以客户为中心的管理理念，基本概念和原理部分以客户关系管理原理、方法和技术的实际应用为目标，重点讲述客户关系管理的基本知识、基本原理和基本技术；应用部分以客户关系管理系统设计开发和呼叫中心的构建为主，介绍客户关系管理应用系统的模型、设计方法和各子系统的相关功能及呼叫中心在CRM中的重要作用。 | | | | | |
| 选课建议与学习要求 | 此课程适合本科专业学生在大三第一学期学习，一般应具备相应的经济学、管理学知识，和一定的分析问题、解决问题的能力。 | | | | | |
| 大纲编写人 | （签名） | | 制/修订时间 | | 2023.12.10 | |
| 专业负责人 | （签名） | | 审定时间 | | 2024.1.14 | |
| 学院批准人 | a0e6149d95f587e4576ab22bc7750ec（签名） | | 批准时间 | | 2024-1-20 | |

二、课程目标与毕业要求

（一）课程目标

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 类型 | 序号 | 内容 |
| 知识目标 | 1 | 了解客户关系管理涉及维度，形成客户关系管理全链路思维。 |
| 2 | 讲解如何设定和实现客户关系管理的远景和目标，培养学生的人文关怀和服务精神。 |
| 3 | 能够运用所学知识解决实际客户管理问题，具备与客户建立良好关系的能力。 |
| 技能目标 | 4 | 掌握珠宝和奢侈品店铺管理和客户关系管理。完成调研报告。 |
| 5 | 针对客户互动设计，能够在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，共同完成任务。 |
| 素养目标  (含课程思政目标) | 6 | 在客户满意度的学习中，学会助人为乐，富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。并运用所学知识完成客户满意度调研报告 |
| 7 | 介绍客户关系管理的实施步骤和方法，强调敬业精神在客户关系管理中的价值，引导学生认真负责地对待工作。 |

（二）课程支撑的毕业要求

|  |
| --- |
| L01品德修养：拥护中国共产党的领导，坚定理想信念，自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观，增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神，践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训，积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。  ①爱党爱国，坚决拥护党的领导，热爱祖国的大好河山、悠久历史、灿烂文化，自觉维护民族利益和国家尊严。  ③奉献社会，富有爱心，懂得感恩，自觉传承和弘扬雷锋精神，具有服务社会的意愿和行动，积极参加志愿者服务。  ⑤爱岗敬业，热爱所学专业，勤学多练，锤炼技能。熟悉本专业相关的法律法规，在实习实践中自觉遵守职业规范，具备职业道德操守。 |
| LO2专业能力：具有人文科学素养，具备从事奢侈品管理工作或专业的理论知识、实践能力。  ①具有专业所需的人文科学素养。 |
| LO3表达沟通：理解他人的观点，尊重他人的价值观，能在不同场合用书面或口头形式进行有效沟通。   1. 倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。 |
| LO4自主学习：能根据环境需要确定自己的学习目标，并主动地通过搜集信息、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标。  ②能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，实施学习计划、反思学习计划、持续改进，达到学习目标。 |
| LO6协同创新：同群体保持良好的合作关系，做集体中的积极成员，善于自我管理和团队管理；善于从多个维度思考问题，利用自己的知识与实践来提出新设想。  ①在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，善于自我管理和团队管理，共同完成任务。 |

（三）毕业要求与课程目标的关系

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 指标点 | | 支撑度 | 课程目标 | 对指标点的贡献度 |
| L01 | | ① | M | 介绍客户关系管理的基本概念和重要性，强调诚信在客户关系中的关键作用，引导学生树立正确的客户服务观念。 | 100% |
| L01 | | ③ | M | 讲解如何设定和实现客户关系管理的远景和目标，培养学生的人文关怀和服务精神 | 100% |
| L01 | | ⑤ | M | 介绍客户关系管理的实施步骤和方法，强调敬业精神在客户关系管理中的价值，引导学生认真负责地对待工作。 | 100% |
| L02 | ① | | M | 掌握珠宝和奢侈品店铺管理和客户关系管理。完成调研报告。 | 100% |
| L03 | ① | | M | 能够运用所学知识解决实际客户管理问题，具备与客户建立良好关系的能力。 | 100% |
| L04 | ② | | M | 了解客户关系管理涉及维度，形成客户关系管理全链路思维。 | 100% |
| L06 | ① | | M | 针对客户互动设计，能够在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，共同完成任务。 | 100% |

三、课程内容与教学设计

（一）各教学单元预期学习成果与教学内容

|  |
| --- |
| **第一单元：客户关系管理导论**   * 1. 客户关系管理的产生与发展；客户关系管理的内涵与本质；   2. 客户关系管理的演进；客户关系管理的理论基础   **知识点和能力要求：**理解经营环境的变革及其给企业所提出的挑战与机会，理解客户关系管理的内涵、本质与外延，把握客户关系管理的兴起与发展，正确认识客户关系管理的应用现状与发展前景。理解客户关系管理的产生和发展以及与客户关系管理相关的理论基础，掌握各个理论学派对客户关系的诠释，正确认识客户关系管理的类型。并以此为基础，初步了解关系组合的概念，为后续制定客户关系管理的远景与目标以及客户关系管理战略的制定和实施奠定基础。  **教学重难点：**理解客户关系管理的产生与发展、内涵与本质、演进及理论基础。    **第二单元：客户关系管理的远景与目标**  2.1 客户关系管理远景；客户关系管理的主要目标；客户关系管理的终极目标—客户资产  2.2 客户关系管理战略概述；客户关系管理的过程战略模型；  **知识点和能力要求：**理解客户关系管理远景的要素及其形成的过程，正确认识客户关系管理的目标与发展前景，学习客户关系成长的三个维度。在此基础上，初步了解客户资产、客户终身价值及客户营利性登记本概念。从两个层面理解客户关系管理。着重分析企业如何在管理理念层面上部署客户关系管理战略。  **教学重难点：**正确认识客户关系管理的远景与目标。    **第三单元：客户关系管理实施**  3.1 客户关系管理战略的实施；客户关系管理战略实施的关键因素、问题及对策；客户关系管理战略的实施变革；  3.2 客户识别和客户区分；客户获取和客户挽留；客户流失和客户赢返；  3.3 客户忠诚的界定与测量；客户忠诚的影响因素；提高客户忠诚的方法；  3.4．客户互动概述；客户互动的有效管理；客户互动的进展与动态；客户抱怨处理与服务补救；  **知识点和能力要求：**理解客户关系管理战略的实施流程和模型，学会剖析实施客户关系管理战略关键成功因素以及战略实施中的问题和对策，同时对客户关系管理战略实施的变革进行探讨。理解客户识别、区分、获取、挽留、流失和赢返的基本知识。理解客户忠诚的基本概念、关键影响因素以及如何提高客户忠诚等。理解客户互动的类型和基本功能，正确认识客户互动的管理技巧、方法与互动渠道的整合。能了解客户互动的最新进展与动态、熟悉企业的客户抱怨管理和服务补救的原则、程序以及预警机制。理解客户管理系统的内涵、特征、类型和发展趋势，全面认识客户关系管理系统的通用模型、组成部分、功能模块和技术要求，正确掌握客户关系管理系统开发、设计以及实施的方法与步骤，理解客户关系管理的关键成功要素。  **教学重难点：**客户关系管理的有效实施。    **第四单元：新技术与客户关系管理**  4.1 新技术的革命性影响；社交化客户关系管理；大数据与客户关系管理；区块链与客户关系管理  4.2 绩效管理的内容及其评价模式；基于平衡计分卡的客户关系管理绩效评价；客户关系管理效益分析；关系质量评价；  **知识点和能力要求：**了解互联网、移动互联网以及社交媒体的产生和发展对企业和客户带来的影响，掌握社交化客户关系管理的内涵、特征，明确社交化客户关系管理的应用和实施逻辑，了解大数据和区块链技术对客户关系管理带来的影响及在客户关系管理中应用大数据、区块链技术存在的挑战。了解客户关系管理绩效测评的各种方法。  **教学重难点：**新技术对客户关系管理的影响与挑战。 |

（二）教学单元对课程目标的支撑关系

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程目标  教学单元 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 第一单元 客户关系导论 | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| 第二单元 客户关系管理的远景和目标 | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| 第三单元 客户关系管理实施 | √ | √ | √ | √ |  |  |  |
| 第四单元 新技术与客户关系管理 | √ | √ | √ | √ |  |  |  |

（三）课程教学方法与学时分配

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 教与学方式 | 考核方式 | 学时分配 | | |
| 理论 | 实践 | 小计 |
| 第一单元 客户关系导论 | 案例分析、小组讨论 | 学习报告 | 4 |  | 4 |
| 第二单元 客户关系管理的远景和目标 | 实例演示、小组讨论 | 调研报告 | 8 |  | 8 |
| 第三单元 客户关系管理实施 | 理论讲解、实例分析 | 小组汇报 | 8 | 8 | 16 |
| 第四单元 新技术与客户关系管理 | 讲解与演示、小组练习 | 调研报告 | 4 |  | 4 |
| 合计 | | | 24 | 8 | 32 |

（四）课内实验项目与基本要求

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验项目名称 | 目标要求与主要内容 | 实验  时数 | 实验  类型 |
| 1 | 无 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④综合型 | | | | |

四、课程思政教学设计

|  |
| --- |
| 1、强调诚信在客户关系中的关键作用，引导学生树立正确的客户服务观念。  2、讲解如何设定和实现客户关系管理的远景和目标，强调友善对待客户的重要性，培养学生的人文关怀和服务精神。  3、探讨敬业精神在客户关系管理中的价值，引导学生认真负责地对待工作。  4、 探讨新技术在客户关系管理中的应用，强调创新在客户关系管理中的重要性，激发学生的创新意识和探索精神。 |

五、课程考核

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 总评构成 | 占比 | 考核方式 | 课程目标 | | | | | | | 合计 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | 60% | 研究报告 | 20 | 20 | 20 | 10 | 10 | 10 | 10 | 100 |
| X2 | 20% | 小组汇报 | 30 | 30 | 30 | 40 |  |  |  | 100 |
| X3 | 20% | 学习报告 |  | 40 | 30 | 30 |  |  |  | 100 |

评价标准细则（选填）

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 考核项目 | 课  程  目  标 | 考核要求 | 评价标准 | | | |
| 优  100-90 | 良  89-75 | 中  74-60 | 不及格  59-0 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| X1 |  |  |  |  |  |  |
| X2 |  |  |  |  |  |  |
| X3 |  |  |  |  |  |  |
| X4 |  |  |  |  |  |  |
| X5 |  |  |  |  |  |  |

六、其他需要说明的问题

|  |
| --- |
|  |