

## 《客户关系管理与开发》教学大纲

课程名称：客户关系管理与开发	课程类别（必修/选修）：选修
课程英文名称：Customer Relationship Management	
总学时/周学时/学分：32/2/2	其中实验/实践学时：6
先修课程：宏观经济学、市场营销学、企业管理	
授课时间：周五（5-6节）1-16周	授课地点：莞城校区 6310
授课对象：国际经济与贸易 2018级 1-4班	
开课学院：经济与管理学院	
任课教师姓名/职称：帅建华/教授	
答疑时间、地点与方式：周五下午（15：20-17：30）、2305办公室、面谈（其他可通过电话、微信、邮件等）	
课程考核方式：开卷（ <input checked="" type="checkbox"/> ） 闭卷（ <input type="checkbox"/> ） 课程论文（ <input type="checkbox"/> ） 其它（ <input type="checkbox"/> ）	
使用教材：《客户关系管理》邵兵家等编著，清华大学出版社，“十一五”规划教材	
<p>教学参考资料：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 泰瑞·R·贝肯著 黄嘉宇译 重点客户管理.上海人民出版社,2001</li> <li>❖ 保罗·格林伯格.实时的客户关系管理. 北京:机械工业出版社,2002</li> <li>❖ 肯·博内特.核心客户关系管理.刘瑞红译.北京:机械工业出版社,2001</li> <li>❖ 帕特里夏·韦林顿.顾客管理改善策略.何润宁译.北京:经济管理出版社,2003</li> <li>❖ 罗杰·卡特怀特.掌握顾客关系.涂欣,方晓,惠晓霜译.桂林:广西师范大学出版社,2001</li> <li>❖ （美）迈克尔·坎宁安著；刘路丹译.客户关系管理.北京：华夏出版社,2004</li> <li>❖ （美）斯坦利·布朗，（美）穆萨·古丽兹著；李惠璠，武永红主译.绩效驱动的客户关系管理.沈阳:东北财经大学出版社,2005</li> <li>❖ 邵兵家，于同奎等编著.客户关系管理 理论与实践.北京：清华大学出版社,2004</li> <li>❖ 皮骏主编.客户关系管理教程.上海：复旦大学出版社,2011</li> <li>❖ 周洁如编著.现代客户关系管理.上海：上海交通大学出版社,2014</li> <li>❖ 郑志丽主编.客户关系管理实务.北京：北京理工大学出版社,2016</li> </ul> <p>网络资源：</p>	

- (1) CTI 论坛 <http://www.ctiforum.com/crm.html>
- (2) 支点网 <http://www.topoint.com.cn/default.asp>
- (3) 英能网 <http://www.i-power.com.cn/ipower/erp/theory>
- (4) 纳特威: <http://www.neterway.com/index.asp>

**课程简介:** 《客户关系管理与开发》课程是管理、服务类专业的一门重要课程,是近年来随着现代电子商务和信用经济的发展而诞生的一门新兴课程。它作为企业实现电子商务最主要的解决方案之一,是现代管理科学与信息技术结合的产物。该课程旨在使学生能系统地掌握组织(企业)客户资源管理理论,理解电子商务时代客户关系管理基本运作模式,具备在网络环境下,利用信息技术与智能技术规划客户关系管理系统的基本技能。通过对本课程的学习,学生能把握新经济时代的商务规律,树立“客户资源已经成为最宝贵财富”的管理思想,系统掌握客户关系管理的理论、方法和应用技术,并具备一定的客户关系管理与开发的战略制度、开发及项目管理控制的能力。

<p><b>课程教学目标</b></p> <p><b>一、知识目标:</b></p> <p>1、全面、系统地了解 and 掌握客户关系管理与开发的基础知识和理论体系;</p> <p>2、了解和掌握数据库管理和关系营销的有关知识;</p> <p>3、学习和掌握客户关系管理与开发软件系统的组成、功能及操作应用方面的知识。</p> <p><b>二、能力目标:</b></p> <p>1、具备不同客户群体的识辨能力和沟通、组织及管理能力;</p> <p>2、掌握基本的客户信息收集、整理及数据库管理能力。</p> <p><b>三、素质目标:</b></p> <p>1、培养学生具有热爱所学专业,关注现代客户关系管理理念和模式的意识;</p> <p>2、通过客户关系管理技术手段和方法,增强学生的分析判断能力,开拓创新能力和科学决策能力。</p>	<p><b>本课程与学生核心能力培养之间的关联(授课对象为理工科专业学生的课程填写此栏):</b></p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 1.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 2.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 3.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 4.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 5.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 6.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 7.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 8.</p>
---	---

**理论教学进程表**

周次	教学主题	主讲教师	学时数	教学的重点、难点、课程思政融入点	教学模式 (线上/混合式/线下)	教学方法	作业安排
1	客户关系管	帅建	2	客户关系管理的背景、含义;客户关系管理的产生;	线下教学	讲	课程思政作业: 请同学们课后

	理概述	华		管理系统的类型；企业客户关系管理状况及作用与意义；马克思主义社会关系理论。		授	阅读马克思恩格斯关于社会关系的有关理论，并作为课堂讨论的主要内容。
2	客户关系管理理论基础	帅建华	2	关系营销理论、一对一营销理论、数据库营销、客户智能与客户知识、客户关系管理模型；社会主义制度下的人际关系理论。	线下教学	讲授	<b>课程思政作业：</b> 请同学们课后阅读毛泽东的《论十大关系》著作，对我们学习客户关系管理有何启示。
3	识别客户	帅建华	2	客户识别、收集客户信息、整合管理客户信息、客户信息安全；毛泽东关于敌友识别论断。	线下教学	讲授	<b>课程思政作业：</b> 请同学们课后阅读毛泽东《中国社会各阶级的分析》理论，并谈对我们专业学习的启示。
4	区分客户	帅建华	2	区分客户的意义、价值，客户与企业关系的区分，客户区分过程。 企业区分客户的典型案例分析；区分客户的模式、方法与技巧；客户区分与绩效之间的关系。	线下教学	讲授	选择一家你所熟悉的超市或商店，运用本章所学知识，区分该超市或商店的客户，并形成报告。
5	客户互动	帅建华	2	客户互动的含义、互动的渠道、互动设计、客户投诉。 成功企业客户互动经验分析与讨论；客户互动不良的典型案例分析；两者之间的比较与分析。	线下教学	讲授	如何理解“有投诉对会有进步”这句话的含义？
6	客户个性化	帅建华	2	客户个性化过程、客户需求个性化、定制营销。 企业个性化对待客户的成功案例；企业应如何挖掘与提炼客户的个性化；如何开展定制营销；	线下教学	讲授	选择一家你所熟悉的企业，根据实际情况对它进行个性化策划。
8	客户关系测评与维护	帅建华	2	客户关系测评与维护，客户满意及测度，客户忠诚及影响，客户满意与客户忠诚，客户流失管理。	线下教学	讲授	
9	客户仓库与	帅建	2	数据仓库的含义、数据仓库的实施；数据仓库设计	线下教学	讲	在市场上搜集一个客户关系数

	客户关系管理	华		原理与使用示例。		授	据仓库，并在系统中进行操作练习，并提交实验报告。
11	忠诚客户管理	帅建华	2	什么是忠诚客户？忠诚客户的类型有哪些？如何培养忠诚客户？共产党员的忠诚案例。	线下教学	讲授	客户忠诚有哪些类型？判断客户忠诚的依据有哪些？ <b>课程思政作业：</b> 阅读先烈们的有关忠诚事迹并进行讨论与分享。
12	数据挖掘与客户关系管理	帅建华	2	数据挖掘的内容、任务、方法与实施过程，数据挖掘在客户关系管理中的应用研究，数据挖掘应用案例，数据挖掘软件应用示例。	线下教学	讲授	如何挖掘潜在又有作用的信息？
14	客户关系管理能力	帅建华	2	客户关系管理能力的界定、评价指标体系，客户关系能力对企业绩效的影响，提升企业客户关系管理能力的措施。	线下教学	讲授	影响客户关系管理能力的因素有哪些？
15	客户关系管理创新	帅建华	2	什么是客户关系管理创新？客户关系管理创新的基础与条件有哪些？如何创新客户关系管理能力？习近平关于创新思维的有关理论。	线下教学	讲授	如何使客户价值最大化？ <b>课程思政作业：</b> 习近平总书记为何一直重视创新思维？
16	客户关系管理项目实施	帅建华	2	客户关系管理项目实施的内容，客户关系管理项目实施案例分析	线下教学	讲授	
合计：			26				

**实践教学进程表**

周次	实验项目名称	主讲教授	学时	重点、难点	项目类型（验证/综合/设计）	教学手段
7	客户关系管理软件系统演示与操作	帅建华	2	客户关系管理软件系统的一般模型、系统的组成、功能模块、发展趋势。	综合	讲解、演示与操作。

10	数据挖掘与客户关系管理方法	帅建华	2	预测模式发现、数据总结、聚类、关联规则发现、序列模型发现；统计方法、机器学习方法、神经网络方法和数据库方法；保密性资料的管理与责任； <b>课程思政融入点：</b> 个人隐私的维护，信息买卖的有关规定，增强同学们的法律意识和维权意识。	综合	讲解、演示与操作。	
13	WiseCRM 系统应用示范	帅建华	2	企业客户关系管理软件简介，客户与联系人管理，业务活动管理，销售分析与报表设计。	综合	讲解、演示与操作。	
合计：			6				
考核方法及标准							
考核形式		评价标准				权重	
平时成绩	考勤	1、缺勤达到本门课程的近 1/4 课时（4 次），考勤成绩为 0； 2、缺勤达到本门课程的 1/3 课时（5 次），平时成绩为 0。				50%	20%
	课堂回答问题	1、在本门课程的学习过程中，每位同学至少有 5 次回答问题的机会； 2、每次回答问题会根据问题的难易程度给予 1-5 分的评分； 3、每位同学应至少得到 15 分才算及格。				50%	
实践教学		1、每们同学可以通过实习、兼职及社会调查等方式，按照客户关系软件系统的要求，搜集客户资源 50 条左右，每条 2 分，100 分为限； 2、将搜集的客户资源输入客户关系软件系统，按照操作流程生成实验数据，并对基本流程截图粘贴形成实践报告。				/	20%
考试		按照学校的考试规定制定评分标准。				/	60%
大纲编写时间：2020.8.22							

系（部）审查意见：

同 意

系（部）主任签名： 方妙英

日期： 2020 年 8 月 29 日