

《现代客户关系管理》课程教学大纲（2021 版）

课程基本信息 (Course Information)					
课程代码 (Course Code)	BU369	*学时 (Credit Hours)	32	*学分 (Credits)	2
*课程名称 (Course Name)	现代客户关系管理				
	modern customer relationship management (简称 Modern CRM)				
课程类型 (Course Type)	专业选修课程 (Professional Electives)				
授课对象 (Target Audience)	营销专业本科生(Undergraduates in the Major of Marketing)				
授课语言 (Language of Instruction)	全中文-Chinese				
*开课院系 (School)	安泰经济与管理学院、营销系(Antai College of Economics & Management, Marketing)				
先修课程 (Prerequisite)	管理学、营销导论- Management, Marketing principles	后续课程 (post)			
*课程负责人 (Instructor)	周洁如-Jieru Zhou	课程网址 (Course Webpage)			
*课程简介 (中文) (Description)	(中文 300-500 字, 含课程性质、主要教学内容、课程教学目标等) 当今的商业世界, 客户已成为企业的战略资源, 因此如何获取有价值的客户、保留老客户, 发展与客户的长期的、有利可图的关系对企业经营成功而言至关重要。 主要教学内容: 本课程将系统介绍与分析在互联网尤其是移动互联网、大数据、人工智能以及社交媒体的环境下, 企业进行客户关系管理的全过程, 基础理论与分析工具、方法、策略与技巧, 内容主要包括: 客户关系管理的核心理念: 客户及其客户关系管理的系统概念、顾客满意及其管理、顾客忠诚及其管理, 顾客价值及其管理; 客户关系管理的技术系统及其实施; 客户关系管理中的大数据及其管理, 客户关系管理中的策略以及社交化的客户关系管理策略等。 课程教学目的: 通过本课程的教学, 使学生系统地掌握客户关系管理的基本理论与方法, 了解当今市场 CRM 发展的最新动态, 并能熟练运用 CRM 理论和方法分析与解决具体的实践				

	问题，培养学生客户关系管理意识、提高其分析顾客心理、行为的能力、人际沟通技巧以及为客户进行价值创新的理念和思想方法，提高学生理论联系实际分析、解决问题以及不断开拓创新的能力。	
*课程简介 (英文) (Description)	(英文 300-500 字) Nowadays, in the business world, the customer has been company's strategic resource, so it is very important for the company's successful business to get valuable new customers, maintain old customers and develop the long term, profitable relationship with the customers. This course researches on the whole process and disciplines of that how the company knows and develops the customer demands, defines valuable customer, interacts with its customers, supplies value for its customers based on customer-orientation and CRM technologic system in order to satisfy its customers and develop loyal customers. This course will introduce and analyze the whole process, basic theory, analysis tools and methods of Customer Relationship Management under the environment of (mobile) internet, big data 、AI and social media, as well as consumption upgrade for customers. It mainly includes the following contents: the core concepts and kinds of ideas of CRM: customer satisfaction and management, customer loyalty and management, customer's value and management; CRM technology system and its implementation; the data (big data) and its management and the tactics of CRM, and social CRM. It is a scientific, artistic and strongly practical course. Course Purpose & Objectives Through the teaching of this course, the teacher expects to help students grasp the basic theory and method of CRM, understand the latest trend of CRM, and analyze and solve practical marketing problems adroitly with these theories and methods. It is also the objective of this course to foster their CRM's consciousness and kinds of ideas to create value for customers, strengthen their capacity of linking theory with practice as well as keeping on exploring and innovating.	
*课程目标 (Course Object)	1. 掌握现代客户关系管理的基本概念、基本构架和分析逻辑； A1、A5、B2、B4； 2. 能够运用客户关系管理的基本原理分析和解释典型企业客户关系管理的实践，提高学生分析与解决实际问题的能力； C1、C2、C4、C5； 3. 培养学生客户导向、客户关系管理的意识、能力和技巧； C2、C4、D3、D4、D5；	
毕业要求指标点与课程目标的对应关系	课程目标	
	课程目标 2 课程目标 3	

(选填, 非必填项)	课程目标 5							
*教学内容 进度安排及 对应课程目 标 (Class Schedule & Requirement s & Course Objectives)	章节	教学内容 (要点)	教学目标	学时	教学形式	作业及考核 要求	课程思政 融入点	对应 课程 目标
	第 1 章 概述	客户关系管 理的基本概 念、分析框 架与发展趋 势	掌握客户、客 户关系管理的 系统概念、本 课程的主要内 容	4	原理精讲 案例分析 学生互动	案例资料阅 读、讨论	系统思考 问题、以 客户为中 心	目标 1、2
	第 2 章 客 户 满 意 及其管理	客户满意的 基本理论、 分析逻辑、 衡量指标与 管理策略	掌握客户满意 的概念、理论、 影响因素	4	原理精讲 学生互动 案例分析	案例资料阅 读、讨论	同理心 理解 客户	目标 1、2、 3
	第 3 章 客 户 忠 诚 及其管理	客户忠诚的 基本理论、 分析逻辑、 测量指标与 管理策略	掌握客户忠诚 的概念、理论、 掌握忠诚的度 量指标	4	原理精讲 学生互动 案例分析	案例资料阅 读、讨论	忠诚是美 德	目标 1、2、 3
	第 4 章 客 户 价 值 及其管理	客户价值基 本理论、分 析逻辑与管 理策略	掌握客户价值 概念、理论	4	原理精讲 学生互动 案例分析	案例资料阅 读、讨论	有舍才有 得、双赢、 多赢	目标 1、2、 3
	第 5 章 CRM 技术 系统及其 实施	CRM 的技 术系统、其 模块、实施 步骤与方法	掌握 CRM 技 术系统、实施 要点与方法	4	原理精讲 学生互动 案例分析	案例资料阅 读、讨论 小组大作业 讨论	技术是使 能者	目标 2
	第 6 章 (大)数据 及其管理	有关数据、 大数据的基 本理论、实 践与管理策 略	了解大数据及 其管理的基本 理论与方法、 实践	4	原理精讲 学生互动 案例分析	教材、资料 阅读、小组 大作业讨论	定量思维 跨界思维	目标 1、3
	第 7 章 CRM 策略	客户关系管 理 的 策 略 - 数据库营销 策略、一对 一营销策略	掌握客户关系 管理的策略	5	原理精讲 学生互动 案例分析	案例资料阅 读、讨论 大作业准备	客户导向 与时俱进	目标 1、2

	小组大作业分享、互动、点评	小组大作业展示、互评	提高分析与解决问题的能力	3	小组大作业演讲、所有人互评、教师点评	通读教材	顶天-理论立地-实践	目标1、2
注 1: 建议按照教学周学时编排,以便自动生成教学日历。 注 2: 相应章节的课程思政融入点根据实际情况填写。								
课程目标达成度评价 (选填, 非必填项)	课程目标 考核方式			平时作业(40分)	课程项目 (20分)	期末考试 (40分)	课程目标权重	课程目标达成度
*考核方式 (Grading)	(1) 出勤和课堂参与 25% (2) 个人作业 15% (3) 小组案例分享 20% (4) 小组大作业 40%							
*教材或参考资料 (Textbooks & Other Materials)	(必含信息: 教材名称, 作者, 出版社, 出版年份, 版次, 书号) 1. 教材: 现代客户关系管理-第二版, 周洁如, 上海交通大学出版社, 2015 年, ISBN: 978-7-313-12034-4/F; 2. 参考资料: 客户关系管理与价值创造, 周洁如, 上海交通大学出版社, 2006 年; 3. 网上参考资料: (1) www.emkt.com.cn; (2) http://dianzibao.cb.com.cn							
其它 (More)								
备注 (Notes)								

