



الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

الكلية	الأعمال	القسم	التسويق
اسم المادة الدراسية	إدارة علاقات الزبائن	رقم المادة	0504334
الساعات المعتمدة	3	المتطلب السابق/المتزامن للمادة	إدارة التسويق

الوصف المختصر للمادة:

يركز المساق على أهمية إدارة علاقات الزبائن , ويتناول أبرز الأساليب المعتمدة لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وبناء علاقة طويلة الأمد من خلال تلبية حاجتهم ورغباتهم , بما يحقق المصالح المشتركة والمتبادلة بين الطرفين البائع والمشتري. ويتطرق المساق أيضا إلى خدمة الزبائن والتسويق بالعلاقات.

أهداف ومخرجات التعلم للمادة الدراسية	
الهدف الاول	المعرفة
مخرجات التعلم للهدف الاول	1.1 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة 2.1 تمكين الطالب من معرفة وفهم مبادئ وقيم المسؤوليات الأخلاقية، والتنظيمية والاجتماعية للتسويق 3.1 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة
الهدف الثاني	المهارات الإدراكية
مخرجات التعلم للهدف الثاني	1.2 اكساب الطالب قدرات ومهارات العمل الجماعي 2.2 ان يكون للطالب قدرات ومهارات التواصل الفعال، شفويا وتحريريا في حقول ومجالات بحوث التسويق 3.2 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة
الهدف الثالث	مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية
مخرجات التعلم للهدف الثالث	1.3 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة 2.3 تمكين الطالب من معرفة وفهم مبادئ وقيم المسؤوليات الأخلاقية، والتنظيمية والاجتماعية للتسويق 3.3 ان يكون للطالب قدرات ومهارات التواصل الفعال، شفويا وتحريريا في حقول ومجالات بحوث التسويق
الهدف الرابع	مهارات الاتصال وتقنية المعلومات والمهارات العددية
مخرجات التعلم للهدف الرابع	1.4 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق مهارات التفكير الناقد وحل المشكلات باستخدام تقنيات التحليل الكمي و/أو النوعي 2.4 ان يكون للطالب القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الاهداف المنشودة 3.4 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة
الكتاب المعتمد:	الطائي – يوسف – العبادي، هاشم (2010) ادرة علاقات الزبون، دار ورق للنشر والتوزيع، عمان الاردن.
المراجع العلمية:	Smith , c. m (2007) Pharmaceutical Marketing " Wheeler publishing NY USA , and Dethi, India.



الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

التوزيع الزمني				
ملاحظات	الصفحات في الكتاب المعتمد	الموضوعات	عدد الساعات	الاسبوع
	الطائي والعبادي 67-59	الفصل الثاني: مدخل مفاهيم للتسويق. • الزبون. • مفهوم الزبون. • انماط الزبون. • خصائص الزبون.	3	01
	الطائي والعبادي 75-67	• ادارة دورة حياة الزبون. • مشكلات الزبون. • شرائح الزبون حسب مفهوم القيمة.	3	02
	الطائي والعبادي 88-79	الفصل الثالث: سلوك الزبون . • مفهوم سلوك الزبون. • تطوير سلوك الزبون. • اهمية دراسة سلوك الزبون.	3	03
	الطائي والعبادي 105-88	المفاتيح السبعة في سلوك الزبون . • البرنامج التسويقي وسلوك الزبون . • تصورات سلوك الزبون . • سلوك الزبون الدوائي.	3	04
	الطائي والعبادي 128-109	الفصل الرابع: الزبون والجودة . • مفهوم الجودة. • ابعاد الجودة. • اهداف الجودة .	3	05
	الطائي والعبادي 145-129	• مفهوم ادارة الجودة الشاملة. • سلوك الزبون الجودة. • فوائد دراسة سلوك الزبون للقائم بالجودة .	3	06
	الطائي والعبادي 188-149	الفصل الخامس: الخطوات الاساسية لإدارة علاقات الزبون. • مفهوم ادارة علاقات الزبون . • العوامل المؤثرة على ادارة علاقات الزبون.	3	07



الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

الطائي والعبادي 218-189	الفصل السادس: لإدارة علاقات الزبون. • مفهوم ادارة علاقات الزبون. • نشأة وتطوير ادارة علاقات الزبون. • اهمية ادارة علاقات الزبون.	3	08
الطائي والعبادي 235-219	الفصل السابع: رضا الزبون. • مفهوم رضا الزبون. • أهمية رضا الزبون. • قياس رضا الزبون.	3	09
الطائي والعبادي 260-251	الفصل الثامن: ولاء الزبون. • مفهوم ولاء الزبون. • مكونات ولاء الزبون . • الربحية وولاء الزبون. • الدور الاستراتيجية لولاء الزبون في الجودة.	3	10
الطائي والعبادي 290-260	نظرية الارتباط والولاء . • معرفة المدراء بشأن اسلوب ادارة الارتباط بالزبون . • تطوير الولاء . • مستويات الولاء اسباب انخفاضه.	3	11
الطائي والعبادي 320-293	الفصل التاسع: قيمة الزبون. • مفهوم قيمة الزبون. • الدور الاستراتيجي لقيمة الزبون . • ادارة علاقات الزبون.	3	12
الطائي والعبادي 360-339	الفصل الحادي عشر: العلاقات بين ادارة معرفة الزبون وادارة علاقات الزبون. • مفهوم ادارة المعرفة. • اهمية ادارة المعرفة. • مداخل دراسة ادارة المعرفة.	3	13
الطائي والعبادي 382-361	• ادارة المعرفة من الصفة إلى العلاقات. • مفهوم ادارة المعرفة للزبون. • اهمية ادارة معرفة الزبون للمنظمات. • العلاقة بين ادارة معرفة الزبون وقيمة الزبون.	3	14



الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

الطائي والعبادي 410-385	<ul style="list-style-type: none">• ادارة معرفة الزبون وادارة علاقات الزبون.• فوائد معرفة الزبون.• التغير التنظيمي للحصول على معرفة الزبون.	3	15
----------------------------	---	---	----

الامتحان النهائي = 50% (تقارير، أبحاث، امتحانات يومية) الامتحان النهائي = 50%	طريقة التقييم للمواد العملية	المشاركة = 10% الامتحان الأول = 20% الامتحان الثاني = 20% الامتحان النهائي = 50%	طريقة التقييم للمواد النظرية
---	---------------------------------	---	---------------------------------

اعتمدت من قبل رئيس القسم	د. نافر نمر علي	تاريخ الاعتماد	
-----------------------------	-----------------	----------------	--

معلومات إضافية: (يتم تحديثها في كل فصل دراسي وتعباً من قبل مدرس المادة)

مدرس المادة	د. إيهاب علي القرم	رقم المكتب	140
الهاتف الداخلي	190	البريد الالكتروني	i.elqirem@zuj.edu.jo
الساعات المكتبية	2-1 ح ث ج		