



ĐẠI HỌC QUỐC GIA TP. HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC
QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG

1. THÔNG TIN CHUNG (General information)

Tên môn học (tiếng Việt):	Quản trị Quan hệ Khách hàng
Tên môn học (tiếng Anh):	Customer Relationship Management
Mã môn học:	IE301
Thuộc khối kiến thức:	Đại cương <input type="checkbox"/> ; Cơ sở nhóm ngành <input type="checkbox"/> ; Cơ sở ngành <input type="checkbox"/> ; Chuyên ngành <input checked="" type="checkbox"/> ; Tốt nghiệp <input type="checkbox"/>
Khoa, Bộ môn phụ trách:	Khoa học và Kỹ thuật Thông tin
Giảng viên biên soạn:	TS. Nguyễn Gia Tuấn Anh Email: anhngt@uit.edu.vn
Số tín chỉ:	3
Lý thuyết:	3
Thực hành:	0
Tự học:	6
Môn học tiên quyết:	Không
Môn học trước:	Không

2. MÔ TẢ MÔN HỌC (Course description)

Môn học này giúp người học nghiên cứu tổng thể toàn bộ các khía cạnh của quản trị quan hệ khách hàng (CRM): chiến lược, tổ chức, marketing và công nghệ thông tin; nó còn giúp người học biết và hiểu các kiến thức cơ bản về việc tổ chức và điều hành các hoạt động chăm sóc khách hàng. Cụ thể, môn học này trang bị cho người học các kiến thức cơ bản về vai trò và tầm quan trọng của quản trị quan hệ khách hàng, chiến lược quan hệ khách hàng, quản trị cơ sở dữ liệu khách hàng, quản trị xung đột và duy trì sự hài lòng của khách hàng. Môn học cũng cung cấp kiến thức về kiểm tra đánh giá và điều chỉnh hoạt động quản trị quan hệ khách hàng.

3. MỤC TIÊU MÔN HỌC (Course goals)

Sau khi hoàn thành môn học này, sinh viên có thể:

Bảng 1.

Mục tiêu môn học
Giải thích và sử dụng các lý thuyết và khái niệm cốt lõi trong phạm vi CRM.
Phát triển được kết hoạch marketing chiến lược tập trung vào CRM.
Làm việc nhóm để có thể phát triển ý tưởng và các kế hoạch.
Phân tích, thảo luận và bảo vệ các quyết định chiến lược về CRM.

4. CHUẨN ĐẦU RA MÔN HỌC (Course learning outcomes)

Bảng 2.

CĐRMH	Mô tả CĐRMH (Mục tiêu cụ thể)
G1 (LO 6, LO 7)	Giải thích và sử dụng các lý thuyết và khái niệm cốt lõi trong phạm vi CRM.
G2 (LO 6, LO 7)	Phát triển được kết hoạch marketing chiến lược tập trung vào CRM.
G3 (LO 6, LO 7)	Làm việc nhóm để có thể phát triển ý tưởng và các kế hoạch.
G4 (LO 6, LO 7)	Phân tích, thảo luận và bảo vệ các quyết định chiến lược về CRM.

5. NỘI DUNG MÔN HỌC, KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (Course content, lesson plan)

Bảng 3.

Buổi học (30 tiết)	Nội dung	CĐRMH	Thành phần đánh giá
Buổi 1 (6 tiết)	Chương 1. Tổng quan về Quản trị quan hệ khách hàng (CRM) 1. Khái niệm CRM 2. Lịch sử về CRM 3. CRM như một chiến lược kinh doanh 4. Hệ thống và tiến trình CRM	G1	A1, A2, A4
Buổi 2 (6 tiết)	Chương 2. Chiến lược và tổ chức của CRM 1. Các yếu tố cơ bản của CRM 2. Quan hệ khách hàng – nhà cung cấp	G1, G2	A1, A2, A4

	3. Chiến lược CRM và định hướng mối quan hệ		
Buổi 3 (6 tiết)	Chương 3. Các khía cạnh về marketing của CRM 1. Thông hiểu và tùy biến theo yêu cầu khách hàng 2. Truyền thông và chính sách mối quan hệ	G1, G2	A1, A2, A4
Buổi 4 (6 tiết)	Chương 4. Phân tích CRM 1. Dữ liệu khách hàng và khai thác dữ liệu 2. Phân khúc, lựa chọn và lập báo cáo dữ liệu	G4	A1, A4
Buổi 5 (6 tiết)	Chương 5: Hoạt động CRM 1. Trung tâm quản lý cuộc gọi 2. Internet và website	G2, G3, G4	A1, A4
Buổi 6 (6 tiết)	Chương 6: Thiết lập hệ thống CRM 1. Hệ thống CRM 2. Ứng dụng hệ thống CRM 3. Các hướng phát triển hệ thống CRM	G2, G3, G4	A1, A4
Buổi 7 (9 tiết)	Ôn tập	G1, G2, G3, G4	A1, A4

6. ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC (Course assessment)

Bảng 4.

Thành phần đánh giá	CĐRMH	Tỷ lệ (%)
A1. Quá trình (Kiểm tra trên lớp, bài tập, đồ án, ...)	G1, G2, G3, G4	20%
A2. Giữa kỳ	G1, G2, G3, G4	30%
A3. Thực hành		0%
A4. Cuối kỳ	G5, G6, G7	50%

7. QUY ĐỊNH CỦA MÔN HỌC (Course requirements and expectations)

- Giảng viên cung cấp nội dung bài giảng trên lớp, sinh viên chủ động học tập và trao đổi với nhau và với giảng viên.

- Giảng viên cung cấp chủ đề cho sinh viên tìm hiểu ở nhà và theo nhóm, sinh viên trình bày tại lớp và thảo luận.
- Sinh viên cần chủ động tự tìm hiểu thêm từ các nguồn tài liệu khác, nhất là trên Web.

8. TÀI LIỆU HỌC TẬP, THAM KHẢO

Giáo trình

1. Trương Đình Chiến (2009). *Quản trị quan hệ khách hàng*. NXB Phụ Nữ.
2. Ed Peelen (2005). *Customer Relationship Management (1st edition)*. Prentice Hall.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Văn Dung (2008). *Quản lý quan hệ khách hàng*. NXB Giao thông vận tải, Tp. HCM.
2. Stanley A. Brown (1999). *Strategic Customer Care*. John Wiley & Sons Canada.

9. PHẦN MỀM HAY CÔNG CỤ HỖ TRỢ THỰC HÀNH

Tp.HCM, ngày 03 tháng 03 năm 2016

Trưởng khoa/bộ môn

(Ký và ghi rõ họ tên)

Giảng viên biên soạn

(Ký và ghi rõ họ tên)

TS. Nguyễn Gia Tuấn Anh

TS. Nguyễn Gia Tuấn Anh