

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG**

Ngành đào tạo: Quản trị Kinh doanh

Hệ đào tạo: Đại học chính quy

1. Tên học phần: Quản trị quan hệ khách hàng

2. Mã học phần: DHPR05

3. Số đvht: 3 (2,1)

4. Trình độ: SV năm thứ 3

5. Phân bổ thời gian:

+ Lý thuyết: 30 tiết

+ Thảo luận, thực hành: 28 tiết

+ Kiểm tra/ đánh giá: 2 tiết

+ Tự học: 60 giờ

6. Điều kiện tiên quyết: Quản trị Marketing

7. Mục tiêu của học phần:

7.1. Về kiến thức

Môn học trang bị cho sinh viên những kiến thức nền tảng về quản trị quan hệ khách hàng.

Sau khi học xong học phần này, sinh viên có thể:

- Hiểu rõ tầm quan trọng của việc chăm sóc khách hàng và hoạt động quản trị quan hệ khách hàng;
- Nhận thức và phân biệt được các chiến lược quản trị quan hệ khách hàng;
- Hiểu và vận dụng tốt quy trình quản trị quan hệ khách hàng;
- Nắm được các nội dung về quản lý xung đột, về kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh hoạt động quản trị quan hệ khách hàng.

7.2. Về kỹ năng

Sau khi học xong, sinh viên có thể có được những kỹ năng cơ bản sau:

- Rèn luyện các kỹ năng phân tích, đánh giá và xây dựng mô hình tổ chức dữ liệu khách hàng;
- Kỹ năng xây dựng chiến lược quan hệ khách hàng, đánh giá và điều chỉnh hoạt động quản trị quan hệ khách hàng;
- Xây dựng và phát triển được kỹ năng chăm sóc khách hàng;
- Biết cách duy trì quan hệ lâu dài với khách hàng và thực hiện được các chiến lược quản trị marketing;
- Nhận định và kịp thời giải quyết xung đột phát sinh trong quan hệ với khách hàng.

7.3. Về thái độ

- Sinh viên có thái độ, quan điểm đúng đắn với việc kinh doanh lấy khách hàng làm trọng tâm;
- Sinh viên có thái độ nghiêm túc, sáng tạo, sẵn sàng cập nhật các kiến thức, xu thế quản trị mới khi học tập, tìm hiểu về hoạt động quản trị quan hệ khách hàng.

8. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Học phần Quản trị quan hệ khách hàng cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về việc tổ chức và điều hành các hoạt động quản trị thông tin khách hàng và mối quan hệ giữa doanh nghiệp với khách hàng. Cụ thể, Học phần này trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về bản chất của quản trị quan hệ khách hàng, các hoạt động chủ yếu, mối quan hệ giữa quản trị quan hệ khách hàng với các hoạt động quản trị chức năng khác trong doanh nghiệp. Ngoài ra, Học phần này cũng cung cấp các kiến thức về các hoạt động cung cấp dịch vụ cho khách hàng, quy trình lựa chọn chiến lược quản trị quan hệ khách hàng và các công việc tác nghiệp cụ thể khác như quản trị xung đột và duy trì sự hài lòng của khách hàng, kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh chiến lược quản trị.

9. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Marketing, Khoa QTKD.

10. Nhiệm vụ của sinh viên:

- Nghiên cứu trước giáo trình, tài liệu theo chương, bài vào các giờ tự học;
- Tham gia đầy đủ các giờ lên lớp;
- Tham gia thảo luận tích cực tại lớp;
- Hoàn thành các bài tập cá nhân, bài tập nhóm được giao;
- Hoàn thành 1 bài kiểm tra giữa kỳ;
- Hoàn thành kỳ thi kết thúc học phần;
- Tự giác và sáng tạo trong học tập.

11. Tài liệu học tập

11.1. Giáo trình bắt buộc:

- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). *Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng*. Hà Nội: NXB Phụ nữ.

11.2. Tài liệu tham khảo:

- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2013). *Giáo trình Quản trị Marketing*. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- PGS.TS. Trần Minh Đạo (Chủ biên) (2013). *Giáo trình Marketing căn bản*. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- PGS.TS. Trần Minh Đạo (Chủ biên) (2012). *Giáo trình Marketing căn bản*. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Flory, P. (2013). *The complete customer relationship management handbook*. London, England: Directory of Social Change.
- Dyché, J. (2002). *The CRM handbook: A business guide to customer relationship management*. Boston, MA: Addison-Wesley.

12. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên:

STT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Ghi chú
1	Điểm thường xuyên, đánh giá nhận thức, chuyên cần	1 điểm	10%	Đánh giá chung trong suốt học phần
2	Điểm kiểm tra giữa kỳ	1 bài kiểm tra viết (45')	20%	
3	Điểm thảo luận, bài tập nhóm/cá nhân	1 điểm	10%	
4	Thi kết thúc học phần	Thi viết (90 phút)	60%	

13. Thang điểm: 10

- Lấy đến một chữ số thập phân

14. Nội dung chi tiết học phần:

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
Tuần 1	CHƯƠNG 1 BẢN CHẤT CỦA QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG 1.1. Tổng quan về Quản trị quan hệ khách hàng (CRM) <i>1.1.1. Khái niệm CRM</i> <i>1.1.2. Vai trò của CRM</i> <i>1.1.3. Nội dung CRM</i> <i>1.1.4. Các bước xây dựng và thực hiện hoạt động CRM</i> 1.2 Đặc điểm và phạm vi của Quản trị quan hệ khách hàng <i>1.2.1. Đặc điểm của CRM</i> <i>1.2.2 Phạm vi các hoạt động CRM</i> Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Theo bạn, Quản trị quan hệ khách hàng có ảnh hưởng như thế nào tới doanh nghiệp và khách hàng của họ, đặc biệt là trong bối cảnh toàn cầu hóa?	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng</i>. Hà Nội: NXB Phụ nữ, tr.11-31. - PGS.TS.Trần Minh Đạo (Chủ biên) (2012). <i>Giáo trình Marketing căn bản</i>. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, tr.23-30. (Tham khảo thêm).	Đọc trước nội dung học Tuần 1 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 1.

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	Đâu là bản chất của quản trị quan hệ khách hàng? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu (Các nhóm còn lại) - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên mỗi nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 2	Tiếp Chương 1: 1.3 Các yếu tố chi phối Quản trị quan hệ khách hàng <i>1.3.1. Mối quan hệ lâu bền với khách hàng</i> <i>1.3.2. Quy trình sản phẩm</i> <i>1.3.3. Trách nhiệm của doanh nghiệp</i> 1.4 Mối quan hệ giữa Quản trị quan hệ khách hàng với các hoạt động quản trị khác trong doanh nghiệp <i>1.4.1. CRM với Marketing</i> <i>1.4.2. Bán hàng với CRM</i> <i>1.4.3. Truyền thông với CRM</i>	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng</i>. Hà Nội: NXB Phụ nữ, tr.31-50.	Đọc trước nội dung học Tuần 2 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 2.

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	1.4.4. Dịch vụ khách hàng với CRM 1.4.5. Con người với CRM * Ôn tập và hệ thống kiến thức Chương I. Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy phân tích mối quan hệ giữa QTQHKH và các hoạt động quản trị khác trong một doanh nghiệp cụ thể. Theo em, QTQHKH có mối quan hệ chặt chẽ nhất với hoạt động quản trị nào? Tại sao? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu (Các nhóm còn lại) - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 3	CHƯƠNG 2 DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TRONG QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG 2.1. Bản chất và vai trò của dịch vụ khách hàng <i>2.1.1. Bản chất của dịch vụ khách hàng</i>	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng</i> . Hà	Đọc trước nội dung học Tuần 3 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 3.

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	2.1.2. Vai trò của dịch vụ khách hàng 2.2. Các cấp độ của dịch vụ khách hàng 2.2.1. Khách hàng mua hàng lần đầu 2.2.2. Khách hàng mua hàng lặp lại 2.2.3. Khách hàng trung thành - Câu hỏi thảo luận chung: + Quan hệ khách hàng của doanh nghiệp cần tập trung vào đâu: Tạo ra các giao dịch ban đầu (cấp độ 1), khách hàng mua lặp lại (cấp độ 2), hay khách hàng trung thành (cấp độ 3) để mang đến thành công cho doanh nghiệp? Tại sao? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu (Các nhóm còn lại) - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề cụ thể và cách thức trình bày.			Nội: NXB Phụ nữ, tr.51-62. - PGS.TS.Trần Minh Đạo (Chủ biên) (2012). <i>Giáo trình Marketing căn bản</i>. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, tr.96-118. (Tham khảo thêm).	
Tuần 4	Tiếp Chương 2: 2.3. Lựa chọn hình thức dịch vụ khách hàng/bán hàng	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ	Đọc trước nội dung học Tuần 4

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	2.3.1. Hồ sơ Pyramid 2.3.2. Hồ sơ Hourglass 2.3.3. Hồ sơ Hexagon 2.4. Cạm bẫy của hồ sơ dịch vụ khách hàng 2.4.1. Tập trung vào phần đỉnh 2.4.2. Tập trung vào cửa trước * Ôn tập và hệ thống kiến thức Chương 2. - Câu hỏi thảo luận chung: + Hình thức dịch vụ khách hàng nào có nhiều ưu việt nhất? Tại sao? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu (Các nhóm còn lại) - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề cụ thể và cách thức trình bày.			biên) (2009). <i>Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng</i>. Hà Nội: NXB Phụ nữ, tr. 62-71.	và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 4.
Tuần 5	CHƯƠNG 3 CHIẾN LƯỢC QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo</i>	Đọc trước nội dung học Tuần 5 và chuẩn bị cho

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	3.1. Cơ sở xây dựng chiến lược quản trị quan hệ khách hàng <i>3.1.1. Phân tích chiến lược kinh doanh</i> <i>3.1.2. Phân tích chiến lược khách hàng</i> <i>3.1.3. Phân tích ngành và môi trường cạnh tranh</i> <i>3.1.3.1. Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn</i> <i>3.1.3.2. Sức ép của người mua</i> <i>3.1.3.3. Sức ép của nhà cung cấp</i> <i>3.1.3.4. Cạnh tranh nội bộ ngành</i> <i>3.1.3.5. Sức ép từ môi trường kinh doanh</i> <i>3.1.3.6. Sức ép của công nghệ thay thế</i> <i>3.1.3.7. Cạnh tranh, hợp tác và mạng lưới</i> 3.2. Phát triển chiến lược Quản trị quan hệ khách hàng <i>3.2.1. Chiến lược bán hàng lấy sản phẩm làm trọng tâm</i> <i>3.2.2. Chiến lược quản lý dịch vụ và hỗ trợ</i> <i>3.2.3. Chiến lược lấy khách hàng làm trọng tâm</i>			<i>trình Quản trị quan hệ khách hàng. Hà Nội: NXB Phụ nữ, tr. 72-97.</i>	câu hỏi thảo luận trong Tuần 5.

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	3.2.4. CRM cá nhân hóa Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận: Nhóm 1: Phân tích nội dung và ưu điểm, nhược điểm của Chiến lược bán hàng lấy sản phẩm làm trung tâm; Nhóm 2: Phân tích nội dung và ưu điểm, nhược điểm của Chiến lược quản lý dịch vụ và hỗ trợ; Nhóm 3: Phân tích nội dung và ưu điểm, nhược điểm của Chiến lược lấy khách hàng làm trung tâm; Nhóm 4: Phân tích nội dung và ưu điểm, nhược điểm của Chiến lược CRM cá nhân hóa. Câu hỏi phụ: Chiến lược nào là quan trọng nhất theo quan điểm của nhóm? Tại sao? - Cách thảo luận: + Sinh viên đếm theo thứ tự từ 1 đến 4, tiếp tục như thế để phân làm 4 nhóm. Mỗi nhóm thảo luận một chủ đề tương ứng và câu hỏi phụ. + Các nhóm chuẩn bị để trình bày kết quả vào tuần				

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	tiếp theo (Tuần 6)				
Tuần 6	Tiếp Chương 3: 3.3. Xây dựng chiến lược CRM 3.3.1. <i>Lựa chọn người tham gia</i> 3.3.2. <i>Chuẩn bị cho cuộc họp đầu tiên</i> 3.3.3. <i>Họp xây dựng chiến lược CRM</i> 3.3.4. <i>Xác định các chiến lược tiềm năng</i> 3.3.5. <i>Lựa chọn chiến lược CRM</i> * Ôn tập và hệ thống kiến thức Chương 3. Hướng dẫn thảo luận: Tiếp tục thảo luận và trình bày kết quả thảo luận của Tuần 5. + Đại diện các nhóm trình bày kết quả + Giảng viên nhận xét, góp ý.	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng</i> . Hà Nội: NXB Phụ nữ, tr. 97-106.	Đọc trước nội dung học Tuần 6 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 6.
Tuần 7	CHƯƠNG 4 QUẢN TRỊ CƠ SỞ DỮ LIỆU KHÁCH HÀNG 4.1. Dữ liệu và thông tin 4.1.1. <i>Tầm quan trọng của dữ liệu thông tin trong</i>	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo</i>	Đọc trước nội dung học Tuần 7 và chuẩn bị cho

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	<i>CRM</i> <i>4.1.2. Các loại dữ liệu thông tin cần thu thập</i> <i>4.1.3. Giải mã thông tin</i> 4.2. Quản trị cơ sở dữ liệu khách hàng <i>4.2.1. Sự hợp tác của nhân viên</i> <i>4.2.2. Chia sẻ cơ sở dữ liệu</i> <i>4.2.3. Chi tiết cơ sở dữ liệu</i> <i>4.2.4. Khai thác dữ liệu</i> Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Chiến lược kinh doanh và CRM là căn cứ để xác định thông tin và dữ liệu. Điều này đúng hay sai? Tại sao? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.			<i>trình Quản trị quan hệ khách hàng</i>. Hà Nội: NXB Phụ nữ, tr. 107-119.	câu hỏi thảo luận trong Tuần 7.
Tuần 8	Tiếp Chương 4:	2	2		

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	4.3 Vấn đề pháp lý và đạo đức trong sử dụng dữ liệu, thông tin 4.3.1 Vấn đề pháp lý 4.3.2 Các quy tắc đạo đức 4.4. Công cụ thu thập thông tin khách hàng 4.4.1. Nguồn thông tin và dữ liệu 4.4.2. Các công cụ thu thập thông tin hữu hiệu 4.4.3. Độ tin cậy của thông tin * Ôn tập và hệ thống kiến thức Chương 4. Ôn tập chuẩn bị kiểm tra giữa kỳ.			- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng</i>. Hà Nội: NXB Phụ nữ, tr. 119-132. - Tài liệu do giảng viên cung cấp.	Đọc trước nội dung học Tuần 8 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 8.
Tuần 9	***KIỂM TRA GIỮA KỲ*** CHƯƠNG 5 QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG VỚI TRUYỀN THÔNG MARKETING, BÁN HÀNG VÀ MARKETING TRỰC TIẾP, TRỰC TUYẾN 5.1 Quản trị quan hệ khách hàng với truyền thông Marketing, bán hàng	0 2	1 1	Ôn lại các chương 1 đến 4. - PGS.TS.Trần Minh Đạo (Chủ biên) (2013). <i>Giáo trình Marketing căn bản</i>.	Kiểm tra 45' Đọc trước nội dung học Tuần 9 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận Tuần 10.

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	5.1.1 Khái quát về truyền thông Marketing 5.1.2 Quảng cáo 5.1.3 Quan hệ công chúng (PR) 5.1.4 Bán hàng cá nhân 5.1.5 Khuyến mại (Xúc tiến bán hàng) Hướng Bài tập nhóm: mỗi nhóm 8-10 sinh viên + Nêu các bước chủ yếu để phát triển một chương trình truyền thông. Lựa chọn một sản phẩm, phát triển chương trình truyền thông cho sản phẩm đó. + Trình bày theo nhóm.			Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, tr.476-532.	
Tuần 10	Tiếp Chương 5: 5.2 Marketing trực tiếp và marketing trực tuyến 5.2.1 Marketing trực tiếp 5.2.1.1. Khái niệm 5.2.1.2. Tiến trình marketing trực tiếp 5.2.1.3. Công cụ marketing trực tiếp 5.2.1.4 Mô hình Maxi Marketing 5.2.2 Marketing trực tuyến (Internet marketing)	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2013). <i>Giáo trình Quản trị Marketing</i> . Hà Nội: NXB ĐH Kinh tế Quốc dân, tr. 673-725.	Đọc trước nội dung học Tuần 10 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 10.

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	5.2.2.1. Khái niệm 5.2.2.2. Đặc điểm 5.2.2.3. Khác biệt cơ bản giữa internet marketing và marketing truyền thống 5.2.2.4. Các hình thức internet marketing 5.2.2.5. Các nội dung chủ yếu 5.2.2.6. Các vấn đề đạo đức và pháp lý trong internet marketing * Ôn tập và hệ thống kiến thức Chương 5. Hướng dẫn thảo luận: - Lựa chọn 1 trong 2 câu hỏi thảo luận sau: + Phân tích điểm mạnh, điểm yếu của marketing trực tiếp và marketing trực tuyến? Giải pháp khắc phục các điểm yếu. + Tầm quan trọng của vấn đề bảo mật thông tin cá nhân đối với nhân viên marketing trực tiếp và các mục tiêu của họ? Ngành marketing cần làm gì với các mối quan tâm của khách hàng? - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (mỗi nhóm				

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	8-10 sinh viên). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 11	CHƯƠNG 6 DUY TRÌ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VÀ QUẢN TRỊ XUNG ĐỘT 6.1. Tổ chức hoạt động chăm sóc khách hàng <i>6.1.1. Khái niệm chăm sóc khách hàng</i> <i>6.1.2. Vai trò của công tác chăm sóc khách hàng</i> <i>6.1.3. Các nguyên tắc thiết kế chương trình chăm sóc khách hàng</i> <i>6.1.4. Các phương thức chăm sóc khách hàng</i> <i>6.1.5. Tổ chức bộ phận chăm sóc khách hàng trong doanh nghiệp</i> 6.2. Quản lý các xung đột với khách hàng <i>6.2.1. Khái niệm và đặc trưng của xung đột</i> <i>6.2.1.1. Khái niệm</i> <i>6.2.1.2. Đặc trưng</i> Hướng dẫn thảo luận:	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng</i>. Hà Nội: NXB Phụ nữ, tr.169-190. - Đọc trường hợp thực tế do giảng viên cung cấp.	Đọc trước nội dung học Tuần 11 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 11.

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	- Câu hỏi thảo luận chung: Thảo luận các nguyên tắc thiết kế xây dựng chương trình chăm sóc khách hàng. Theo bạn, nguyên tắc nào là quan trọng nhất. Tại sao? - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 12	Tiếp Chương 6: 6.2.2. <i>Quản trị xung đột</i> 6.2.2.1. Khái niệm 6.2.2.2. Vai trò 6.2.3. <i>Các phương pháp giải quyết xung đột</i> 6.2.3.1. Giải quyết xung đột, khôi phục lòng trung thành của khách hàng 6.2.3.2. Phát hiện sớm và chuẩn bị ứng phó các xung đột tiềm ẩn với khách hàng. 6.3. Xây dựng văn hóa dịch vụ khách hàng trong	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng</i>. Hà Nội: NXB Phụ nữ, tr.191-210.	Đọc trước nội dung học Tuần 12 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 12.

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	doanh nghiệp 6.3.1. Đào tạo nhân viên về CRM 6.3.2. Cung cấp dịch vụ khách hàng hiệu quả 6.3.3. Luôn nghĩ đến khách hàng * Ôn tập và hệ thống kiến thức Chương 6 Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Làm thế nào để xây dựng được văn hóa dịch vụ khách hàng hiệu quả trong doanh nghiệp? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên. Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 13	CHƯƠNG 7 KIỂM TRA, ĐÁNH GIÁ VÀ ĐIỀU CHỈNH HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG 7.1. Vị trí và nội dung việc kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh hoạt động CRM	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng</i> . Hà Nội: NXB Phụ nữ, tr. 211-226.	- Đọc trước nội dung học Tuần 13 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 13

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	7.1.1. Tầm quan trọng của các hoạt động kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh hoạt động CRM 7.1.2. Các nội dung cần đánh giá 7.2. Các giai đoạn đánh giá hoạt động CRM 7.2.1. Nghiên cứu đánh giá các ảnh hưởng bên ngoài 7.2.2. Nghiên cứu đánh giá các ảnh hưởng bên trong Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: Phân tích nội dung đánh giá bên trong, đánh giá bên ngoài của hoạt động CRM. - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên. Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.			- Trường hợp thực tế do giảng viên cung cấp.	
Tuần 14	Tiếp Chương 7: 7.3. Các tiêu chuẩn đánh giá hoạt động CRM 7.3.1. Đánh giá hiệu quả của hệ thống CRM 7.3.2. Đánh giá CRM về hoạt động kinh doanh của	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo</i>	Đọc trước nội dung học Tuần 14 và chuẩn bị cho

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	<i>doanh nghiệp</i> 7.3.3. <i>Đánh giá hệ thống CRM về mặt công nghệ</i> 7.3.4. <i>Đánh giá CRM với marketing và bán hàng</i> 7.3.5. <i>Dự báo về thị trường và khách hàng</i> Hướng dẫn Bài tập nhóm: - Giảng viên cung cấp cho học viên chiến lược quản trị quan hệ khách hàng của một doanh nghiệp cụ thể và một số hoạt động quản trị chính của doanh nghiệp đó; - Các sinh viên (chia theo danh sách lớp, mỗi nhóm 8-10 người) đọc, suy ngẫm, thảo luận về việc doanh nghiệp có thể điều chỉnh chiến lược và các hoạt động CRM như thế nào, nêu các công việc cụ thể; Đại diện nhóm trình bày kết quả.			<i>trình Quản trị quan hệ khách hàng</i>. Hà Nội: NXB Phụ nữ, tr. 227-232.	câu hỏi thảo luận trong Tuần 14
Tuần 15	Tiếp Chương 7: 7.4. Điều chỉnh chiến lược và hoạt động CRM 7.4.1. <i>Cân nhắc việc thay đổi chiến lược</i> 7.4.2. <i>Các bước đưa ra quyết định điều chỉnh chiến lược</i>	2	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2009). <i>Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng</i>. Hà	Đọc trước nội dung học Tuần 15 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 15

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	7.4.3. Nội dung các công việc cần làm 7.4.4. Những điều cần ghi nhớ * Ôn tập và hệ thống kiến thức Chương VII. Tóm lược nội dung Học phần Quản trị quan hệ khách hàng và hướng dẫn ôn thi cuối khóa. Công bố điểm thành phần của học phần. Ôn và thi kết thúc học phần.			Nội: NXB Phụ nữ, tr.232-236.	

Hà Nội, ngày 10 tháng 10 năm 2014

P.GIÁM ĐỐC PHỤ TRÁCH



Ts. Trần Quang Tiến

Q.TRƯỞNG KHOA

Ts. Nguyễn Hùng Cường

TRƯỞNG BỘ MÔN

Ts. Nguyễn Hùng Cường